

TESIS

DOCTORAL



Universidad de Córdoba

**Perfil del Productor de Contenidos Periodísticos
Digitales y sus herramientas de gestión.**

Influencia, usabilidad y accesibilidad a nuevas TICs.

El caso de Córdoba (España)

Miguel Angel Rodrigo Alonso 2014

TITULO: *El perfil del Productor de Contenidos Periodísticos Digitales y sus herramientas de gestión. Influencia, usabilidad y accesibilidad a nuevas TICs. El caso de Córdoba (España)*

AUTOR: *Miguel Ángel Rodrigo Alonso*

© Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. 2014
Campus de Rabanales
Ctra. Nacional IV, Km. 396 A
14071 Córdoba

www.uco.es/publicaciones
publicaciones@uco.es

TITULO: *PERFIL DEL PRODUCTOR DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DIGITALES Y SUS HERRAMIENTAS DE GESTIÓN. INFLUENCIA, USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD A NUEVAS TICS. EL CASO DE CÓRDOBA (ESPAÑA)*

AUTOR: *MIGUEL ANGEL RODRIGO ALONSO*

© Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. 2014
Campus de Rabanales
Ctra. Nacional IV, Km. 396
14071 Córdoba

www.uco.es/publicaciones
publicaciones@uco.es

ISBN
D.L.:



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

**Departamento de Informática y Análisis
numérico.**

**Perfil del Productor de Contenidos
Periodísticos Digitales y sus herramientas
de gestión. Influencia, usabilidad y
accesibilidad a nuevas TICs.**

El caso de Córdoba (España)

TESIS DOCTORAL

**Memoria presentada por Miguel Angel Rodrigo
Alonso para aspirar al grado de Doctor**

**Dirigida por:
Dr. D. Carlos de Castro Lozano (Catedrático de EEUU)**

Febrero 2014



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Departamento de Informática y Análisis numérico

TESIS DOCTORAL

**Perfil del Productor de Contenidos
Periodísticos Digitales y sus herramientas de
gestión. Influencia, usabilidad y
accesibilidad a nuevas TICs.**

El caso de Córdoba (España)

Tesis Doctoral presentada por Miguel Angel Rodrigo Alonso para aspirar al grado de Doctor por la Universidad de Córdoba, dirigida por el Dr. D. Carlos de Castro Lozano.

El doctorando:

Fdo.: Miguel Angel Rodrigo Alonso

Córdoba, Febrero de 2014



**D. Carlos de Castro Lozano, Catedrático de Escuela Universitaria,
del departamento de Informática y Análisis Numérico de la
Universidad de Córdoba.**

INFORMA:

Que la tesis titulada “Perfil del Productor de Contenidos Periodísticos Digitales y sus herramientas de gestión. Influencia, usabilidad y accesibilidad a nuevas TIC’s”, de la que es autor D. Miguel Angel Rodrigo Alonso, ha sido realizada bajo nuestra dirección y cumple las condiciones académicas exigidas por la legislación vigente para optar al título de Doctor por la Universidad de Córdoba.

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo el presente informe.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carlos de Castro', written over a horizontal line.

Córdoba, Febrero de 2014.

Agradecimientos

A mi director, por su tiempo y dedicación.

A Paula y a toda mi familia por su paciencia, apoyo y motivación.

A los medios de comunicación, colegios y asociaciones profesionales por su disposición y colaboración en el desarrollo de la investigación.

A todos lo que siguen luchando por la investigación en el mundo.

***“Una prensa libre puede ser buena o mala, pero
sin libertad, la prensa nunca será otra cosa que
mala.”***

Albert Camus

***“La discapacidad no es otra cosa que nuestra
incapacidad para entender que todos tenemos
capacidades diferentes”.***

Ángeles (Síndrome de Down)

INDICE

Página

BLOQUE I: INTRODUCCIÓN	17
BLOQUE II: JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS	20
2.1- JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2- PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	21
2.3- OBJETIVOS	21
BLOQUE III: METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.1- INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN	23
3.2- MÉTODOS APLICADAS EN LA INVESTIGACIÓN	25
3.2.1- Encuesta	25
3.2.2- Observación participante	30
3.2.2.1- La preparación del campo de observación	32
3.2.2.2- La observación en el campo	35
3.2.3- Entrevista	36
BLOQUE IV: USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD	41
4.1- INTRODUCCIÓN	41
4.2- DEFINICIÓN	41
4.2.1- Usabilidad	43
4.2.1.1- Definiciones de usabilidad en normativas	44
4.2.1.1.1- Definiendo usabilidad desde la perspectiva del proceso. Normas ISO/IEC 9241 e ISO 13407	44
4.2.1.1.2-Definiendo usabilidad desde la perspectiva del producto. Normas ISO/IEC 9126 e ISO 14598	48
4.2.1.1.3- Usabilidad en la ISO/IEC 25000	51
4.2.2- Accesibilidad	54
4.2.2.1- Diversidad	55

4.2.2.2- Brecha digital	56
4.2.2.3- Clases de limitaciones de accesibilidad	59
4.2.2.4- Definiciones de accesibilidad en normativas	79
4.2.2.4.1-Accesibilidad en UNE 139803:2004	79
4.2.2.4.2- Accesibilidad en UNE 139802:2003	80
4.2.2.4.3- Accesibilidad en CWA 15554:2006	80
4.2.3- Diferencias entre usabilidad y accesibilidad	81
4.2.4- Situación actual de la usabilidad y de la accesibilidad electrónica	83
4.3- USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD APLICADAS A LA INFORMACIÓN	84
4.3.1- Justificación de su aplicación en la información	84
4.3.2- Justificación de las áreas de aplicación de la usabilidad y de la accesibilidad en la información	88
4.3.3- Justificación de las partes del flujo elegidas para la aplicación de la usabilidad y la accesibilidad en la información	90

BLOQUE V: PERFIL DEL PRODUCTOR DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS

DIGITALES	92
5.1- INTRODUCCIÓN	92
5.2- HISTORIA DEL PERIODISMO Y DE LA ASOCIACIÓN DEL PERIODISMO EN CÓRDOBA	93
5.2.1- Historia y análisis del periodismo	93
5.2.1.1- Comunicación antes de la imprenta	94
5.2.1.2- Comunicación después de la imprenta	94
5.2.1.3- El salto a la periodicidad	95
5.2.1.4- Evolución histórica desde su origen hasta nuestros días	98
5.2.2- Historia del periodismo cordobés	103
5.2.2.1- Origen	103

5.2.2.2- Desarrollo	104
5.3- FORMACIÓN DEL PRODUCTOR DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DIGITALES	105
5.3.1- Educación universitaria	105
5.3.2- Formación continua	115
5.4- LA ESPECIALIZACIÓN DEL PERIODISTA	117
5.4.1- Introducción a la especialización	117
5.4.1.1- Definición de área especializada	117
5.4.1.2- Clasificación tradicional de las áreas	117
5.4.1.3- Consecuencias del área especializada	117
5.4.1.4- Sección de opinión o área de opinión	119
5.4.2- Incremento en la especialización digital	119
5.4.3- Aparición de nuevas aptitudes en la digitalización	123
5.4.3.1- Informática	123
5.4.3.1.1- Redes sociales	123
5.4.3.1.2- Nuevas tecnologías	123
5.4.3.1.3- Programación web y seo	123
5.4.3.1.4- Edición fotográfica, vídeo y sonido	124
5.4.3.2- Vinculación necesaria con la infografía	125
5.4.3.3- Sinergias	126
5.5- SITUACIÓN LABORAL DEL PERIODISMO	128

BLOQUE VI: TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN PERIODÍSTICA	131
6.1- INTRODUCCIÓN	131
6.2- NEXOS DE UNIÓN ENTRE TECNOLOGÍA, COMUNICACIÓN, PRODUCCIÓN Y	
EMPRESA DE CONTENIDOS DIGITALES	134
<i>6.2.1- Visión empresarial</i>	134
<i>6.2.2- Visión tecnológica</i>	134
<i>6.2.3- Visión profesional</i>	135
<i>6.2.4- Visión comunicativa</i>	136
<i>6.2.5- Frutos de la convergencia digital</i>	137
<i>6.2.6- Posibilidades de óptimo desarrollo de las distintas visiones</i>	137
<i>6.2.6.1- Visión empresarial</i>	137
<i>6.2.6.2- Visión tecnológica</i>	137
<i>6.2.6.3- Visión profesional</i>	137
<i>6.2.6.4- Visión comunicativa</i>	137
6.3- SOFTWARE LIBRE VS PROPIETARIO	138
6.4- SISTEMAS OPERATIVOS	146
6.5- TIPOLOGÍA DE LAS HERRAMIENTAS ACTUALES TICs DEL PRODUCTOR DE	
CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DIGITALES, PRODUCCIÓN Y	
FUENTES DE INFORMACIÓN	149
<i>6.5.1- Sistemas de fuentes de información</i>	150
<i>6.5.1.1- Hardware de sistemas de fuentes de información</i>	150
<i>6.5.1.2- Software de sistemas de fuentes de información</i>	150
<i>6.5.1.3- Requisitos ideales de diseño de una herramienta de</i>	
<i>recepción centrado en el productor de contenidos</i>	
<i>periodísticos digitales (DCU)</i>	167
<i>6.5.2- Sistemas de producción de la información</i>	171

6.5.2.1- Hardware de sistemas de producción de la información	171
6.5.2.2- Software de sistemas de producción de la información	172
6.5.2.3- Requisitos ideales de diseño de una herramienta de producción centrado en el productor de contenidos periodísticos digitales (DCU)	179
6.6- MEDIOS DE CONSUMO DE LA INFORMACIÓN ACTUALES	183
6.6.1- Medios convencionales	183
6.6.1.1- Televisión	184
6.6.1.2- Radio	187
6.6.1.3- Prensa	189
6.6.2- Medios no convencionales (redes sociales, internet...)	192
6.6.3- ¿Convergencia de ambos? ¿Evolución de medios?	194
BLOQUE VII: VISIONES DE FUTURO	198
7.1- INTRODUCCIÓN	198
7.2- VECTOR $AB = (X_2 - X_1, Y_2 - Y_1)$. ESTABLECIENDO PUNTOS DE COORDENADAS DE PASADO Y PRESENTE.	199
7.2.1- Puntos clave del pasado y presente del perfil del productor de contenidos periodísticos digitales	199
7.2.2- Puntos clave del pasado y presente de las tecnologías de la información	201
7.2.3- Puntos clave del pasado y presente de la usabilidad y accesibilidad de la información	201
7.3- VECTOR $BC = (X_3 - X_2, Y_3 - Y_2)$. ESTABLECIENDO LAS POSIBLES COORDENADAS DEL POSIBLE ESCENARIO FUTURO.	203
7.3.1- Puntos probables del futuro del perfil del productor de contenidos periodísticos digitales	203

7.3.2- Puntos probables del futuro de las tecnologías de la información _	206
7.3.3- Puntos probables del futuro sobre la usabilidad y accesibilidad de la información _____	207
BLOQUE VIII: CONCLUSIONES _____	209
8.1- RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN _____	209
8.2- CONCLUSIONES SOBRE ACCESIBILIDAD Y USABILIDAD DE LA INFORMACIÓN _____	211
8.2.1- Generalidades _____	211
8.2.2- Usabilidad _____	211
8.2.3- Accesibilidad _____	211
8.3- CONCLUSIONES SOBRE EL PRODUCTOR DE CONTENIDOS DIGITALES Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN _____	215
8.3.1- Conclusiones históricas _____	215
8.3.2- Conclusiones sobre la formación del productor de contenidos periodísticos digitales _____	216
8.3.3- Conclusiones sobre el perfil del nuevo periodista: el productor de contenidos periodísticos digitales _____	217
8.4- CONCLUSIONES SOBRE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DIGITALES Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN _____	219
8.4.1- La convergencia como herramienta de evolución _____	219
8.4.2- Sistemas operativos y aplicaciones. No es oro todo lo que reluce _	219
8.4.3- Fuentes de información _____	220
8.4.4- Herramientas de producción _____	221
8.4.5- Medios de consumo actuales de información _____	223
8.5- CONCLUSIONES SOBRE EL FUTURO _____	223

BLOQUE IX. APORTACIONES Y LINEAS ABIERTAS.	225
9.1 INTRODUCCIÓN.	225
9.2 APORTACIÓN DE LAS DEFINICIONES DE USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD APLICADAS AL FLUJO DE LA INFORMACIÓN.	225
9.3 APORTACIONES SOBRE ACCESIBILIDAD Y USABILIDAD EN EL FLUJO DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA.	226
<i>9.3.1 Aportación de las deficiencias actuales de usabilidad y accesibilidad aplicadas al flujo de la información.</i>	<i>226</i>
<i>9.3.2 Aportación de soluciones para la optimización de la usabilidad y accesibilidad aplicada al flujo de la información.</i>	<i>226</i>
9.4 APORTACIONES AL PRODUCTOR DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DIGITALES	228
<i>9.4.1 Aportaciones históricas de la accesibilidad y usabilidad del flujo de la información periodística.</i>	<i>229</i>
<i>9.4.2 Aportaciones en la formación universitaria del PCPD.</i>	<i>229</i>
<i>9.4.3 Aportaciones en la formación continua del PCPD.</i>	<i>230</i>
9.5 APORTACIONES A LAS HERRAMIENTAS DEL PRODUCTOR DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DIGITALES.	231
9.5.1 Presentación de una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de centro de gestión de fuentes de información provincial (ampliable a un ámbito autónomo o estatal).	231
9.5.2 Presentación de una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de hardware y software de herramienta única para el periodista.	232
9.5.3 Presentación y justificación de una propuesta de integración de la información actual en sistemas de aprendizaje ubicuos y en otros sistemas de información	232
9.6 LÍNEAS ABIERTAS	232
9.6.1 Entorno legal del productor de contenidos periodísticos audiovisuales.	232

9.6.2 Sistema pedagógico para evitar tecnofobias y desidia como causa del rechazo a la formación de profesionales de la información	232
9.6.3 Ampliación de los modelos de propuestos del centro de gestión de fuentes de información de nivel provincial a autonómico o estatal.	233
9.6.4 Integración al modelo de centro de gestión y herramientas de un sistema audiovisual. Ingesta, sistema compartido temporal y archivo.	233

BLOQUE X BIBLIOGRAFIA 234

Publicaciones realizadas en el campo	234
Bibliografía	234
Enlaces de Internet	238

BLOQUE XI ANEXOS 247

Anexo 0. Ejemplo de encuesta realizada online.	247
Anexo 1. Nota informativa sobre la aplicación de la ley de protección de datos de los resultados de las encuestas.	259
Anexo 2. Carta solicitud de acceso al medio de comunicación.	263
Anexo 3. Titulados entre 1976 y 2011.	264
Anexo 4. Plan de estudios de la Universidad Complutense de Madrid en el curso 1989-1990.	265
Anexo 5. Grado en periodismo de la Universidad Complutense de Madrid 2011-2012.	270
Anexo 6. Licenciatura de periodismo de la Universidad de Sevilla en años 1989-1990	273

Anexo 7. Grado de periodismo de la Universidad de Sevilla en el curso 2011-12	276
Anexo 8. Grado de periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha en el curso 2011-12	279
Anexo 9. Ejemplo del modelo de recepción de información por fax	282
Anexo 10. Características demandadas en un dispositivo de recepción de fuentes a nivel local	283
Anexo 11. Características demandadas en un dispositivo de recepción de fuentes a nivel nacional	284
Anexo 12. Características demandadas en un dispositivo de producción a nivel nacional	285
Anexo 13. Características demandadas en un dispositivo de producción a nivel local	286
Anexo 14. Aplicación de una normalización al flujo de la información: <i>la i-normalización de las fuentes de información.</i>	287
Anexo 15. Plan de estudios del máster de productor de contenidos periodísticos digitales	292
Anexo 16. Cursos de formación continua.	293
Anexo 17. <i>Peryco Center.</i> Una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de centro de gestión de fuentes de información provincial (ampliable a un ámbito autónomo o estatal).	294
Anexo 18. <i>Peryco Client.</i> Una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de hardware y software de herramienta única para el productor de contenidos periodísticos digitales.	304

BLOQUE I INTRODUCCIÓN

1) Introducción

El exponencial avance de las nuevas tecnologías hace que el modelo de información se adapte a ese ritmo, creándose una metamorfosis desde su producción y transmisión hasta su consumo. Pero, ¿estamos adaptando correctamente esa información a ese avance? ¿Tiene accesibilidad y usabilidad esa información? Uno de los responsables del tratamiento de la información es el productor de contenidos periodísticos digitales, ¿está preparado para esta actual misión? ¿Qué perspectivas de futuro le auguran al crecimiento exponencial de la información?

El productor de contenidos periodísticos digitales (PCPD) va a ser el resultado de la suma de las influencias de la evolución de las tecnologías de la información más la evolución actual del licenciado de ciencias de la Información.

Partiendo de esas preguntas, este trabajo de investigación trata de analizar esos cambios desde la visión crítica del perfil del periodista de Córdoba y provincia. Eso sí, tratando esas críticas desde un perfil individual y realizando las metodologías de investigación que estimo necesarias para conseguir unos resultados que puedan responder a las cuestiones y a partir de ahí, pasaré a elaborar conclusiones.

Para que el lector de este trabajo pueda disfrutar cómodamente de él, he decidido implementar una estructura en la cual queden bien definidos los apartados. Comenzaré por exponer y justificar los fundamentos que me han llevado a decantarme por esta temática así como las diversas preguntas de investigación que me han ido surgiendo en mi mente.

“La enfermedad de nuestro tiempo, es la incontinencia verbal. Se gastan muchas palabras en proclamas pero no se concreta nada. Son mensajes vacíos” (M. Gorbachov)

No he tenido la intención de llenar esta tesis de mensajes vacíos, ni de textos sin sentido impregnados en levadura verbal para que el resultado final tenga más grosor y peso literal. La esencia e ilusión de este estudio se basa en la innovación, claridad y la habilidad de ser concreto y conciso. Por ello, a diferencia de personas que se ponen un objetivo en cuanto extensión de los trabajos, en mi caso no va a ser así, partí sin ese tipo de objetivos. Mi intención fue que esta tesis, al igual que todos los proyectos académicos realizados en mi vida, sea usada como referencia para continuar nuevas líneas de investigación, leída con ilusión y utilizada, en este caso, para poder ayudar al Periodismo y que no fuese, una receta o remedio literario para curar el insomnio.

Seguiremos con uno de los puntos más interesantes, los objetivos. Siempre dentro de la mayor racionalidad y realidad posible enumeraré los objetivos que me he marcado para llevar a buen puerto esta investigación. Es muy importante que la definición de los mismos sea muy clara y concisa ya que ellos me servirán como brújula para no perderme ni divagar en este camino. Hay que tener en cuenta que una de las tentaciones que se nos pone encima de la mesa a los investigadores es abrir el abanico de la temática pudiendo generar un trabajo muy superficial, pobre y austero. Por ello creo que es un punto muy importante para crear unos buenos cimientos para construir unos excelentes resultados.

Después de exponer mi declaración de intenciones con las justificaciones de investigación pertinentes, pasaremos a la siguiente pregunta que a cualquiera se nos plantea, “¿Cómo?”. Para eso, está el siguiente punto en el que describo y justifico todas las acciones y metodologías

utilizadas para recopilar los resultados. Para ello, se requiere un planteamiento y un análisis del público objetivo al que se van a dirigir así como un diseño concienzudo de la estrategia metodológica antes de aplicarla. Dentro de esta estrategia debe incluirse un orden temporal de acciones (*timeline*) así como las duraciones de la misma. No actuar así tendría sus seguras consecuencias, entre las que podemos encontrar que no tendría el valor esperado y mínimo para poder sintetizar algún resultado, por lo que sería una terrible pérdida de tiempo y fracaso seguro de la investigación.

El protagonista del siguiente bloque a tratar es periodista o productor de contenidos periodísticos digitales, en él teorizaremos y analizaremos en la evolución de su perfil profesional y como debería estar supeditado a ligarse con la metamorfosis que sufre sus herramientas siguiendo a la trayectoria exponencial de las Tics. Para poder desarrollar este punto tendremos que poner encima de la mesa el perfil actual del profesional del sector, desgajándolo en las partes referidas a su formación, su visión actual de su trabajo y, la actitud y destreza con la que se enfrenta a diario a sus herramientas. Todas ellas están ligadas íntimamente entre sí, pudiendo crear una serie de refuerzos o debilidades. Una buena base universitaria y una formación continua actualizada y persistente en la vida del profesional, generan en este la facultad de poder utilizar cualquier herramienta con suficiente maestría como para generar un buen producto. Una autovaloración y una visión actual del estado del arte del Periodismo, hará que el mismo profesional, pueda y deba insistir, en sus puntos menos fuertes ayudándose en esta labor de la formación.

Recuerdo que en una ocasión, dando unos cursos de formación, un periodista me comentó que a él lo obligaban a asistir a estos cursos de formación continua y que no le servía de nada. A consecuencia de esa reticencia a recibirlo, su educación se evaporaba poco a poco, ralentizando el curso de la clase. Amablemente, me acerque a él, y su cara denotaba que esperaba recibir un solemne discurso. Su cara de asombro cuando le realice la siguiente pregunta “¿Es usted un profesional?” cambio a ofuscación en grado superlativo. Su respuesta fue que estaba indignado por mi pregunta y que si, que se consideraba un gran profesional de los medios. Simplemente, le dije “Caballero, todo profesional debe estar abierto a un constante reciclaje, sino es así, no lo es un profesional. Por favor, medítelo durante unos minutos”. El resto de la sala aplaudió y se restableció la normalidad. La actitud ante lo nuevo o lo innovador es crucial para un uso óptimo.

A día de hoy, afloran muchos casos de desidia a la tecnología por diversos factores del entorno como puede ser la falta de tiempo de dedicación, no tener un buen soporte, etc. Pero también existe un problema más grave que es la *técnofobia*, que como se puede deducir del nombre, significa se desarrolla un miedo a la tecnología, y que según algunos estudios realizados se suele dar en los profesionales de mayor edad, aunque se está extendiendo a edades más tempranas. Todo esto lo estudiaremos en el punto del perfil del periodista.

La información es la materia prima con la que el periodista cocina la información que llega al consumidor. He utilizado, y seguiré utilizando, la analogía del periodista con un cocinero, porque considero que ambos profesionales son transformadores de una gran materia prima pueden llegar a crear un gran producto informativo. Al igual que un cocinero exige la máxima calidad en la procedencia de sus ingredientes, el periodista debe tener la mejor información a su disposición. Por ello, vamos a incidir más en la accesibilidad y la usabilidad de esas fuentes de información. Lo ideal es que podamos disfrutar de un buen plato de puchero informativo y que cada periodista de su toque personal con una materia prima de una calidad óptima.

Tanto la evolución del periodista como la información y sus herramientas es evidente. Por ello, he ido fijando distintos puntos de coordenadas en la trayectoria temporal del perfil del periodista y de la estructura de la información. Estas coordenadas junto a la opinión de los sujetos estudiados me han justificado la posibilidad de marcar otra coordenada enclavada en el futuro. Quedado patente una posible línea de evolución así como una visión futura de la profesión y de las TICs.

Una vez puesto al lector de esta tesis en la situación desde la que, con su propia perspectiva, puede ver la trayectoria y final del camino de la temática de esta, vamos a llegar a él. El fin de camino o finalidad de la tesis, las aportaciones que crean a partir de razonamientos y pruebas contrastadas además de estar muy bien cimentadas. Dentro de este punto he creído conveniente separar una aportación de otra, para poder extenderme en la descripción detallada de la misma si que se vea contaminada con el resto. Como puede verse las aportaciones están estrechamente relacionadas con los objetivos. Si no fuese así, denotaría que los resultados obtenidos en las aportaciones han sufrido una gran desviación por lo que no se han seguido de un modo férreo las líneas de investigación. No sería una tesis.

Siguiendo, con mis principios de claridad y comodidad, he decidido hacer alusión a los anexos correspondientes en los textos de desarrollo, pero situar dichos anexos después de las aportaciones. Con ello, evito la probabilidad de que el lector se pierda en la lectura, ofreciéndole la posibilidad de consulta del anexo no le obligo a leérselo para poder proseguir con la lectura. Solo en casos justificados, he insertado en la misma página del texto, algún elemento gráfico puntual al que se alude en el texto y que si no se visualizase, podría entorpecer la comprensión de lo escrito. En este caso, la misión sería ser ejemplo o ayuda visual del texto sin obstaculizarlo.

Para la realización de una buena tesis, es muy importante la creatividad e innovación, pero también se sustenta en una buena base bibliográfica y referencias en internet. En décadas anteriores, la bibliografía era la única forma de documentación para investigar pero a día de hoy, Internet es una potente herramienta que nos facilita los datos que andamos buscando. Gracias a esto, el tiempo invertido se reduce notablemente, con lo que la elaboración del trabajo se agiliza notablemente. En décadas pasadas, para acceder a un dato publicado, los trámites podían ser tediosos, llegando al punto de transcurrir meses, sin hablar las solicitudes de acceso a dichas informaciones que circulaban por correos. A consecuencia de esto, la tesis podría verse dilata en años en comparación si se realizase la misma en la actualidad. La Internet ha supuesto un gran avance en líneas generales, y sus motores de búsquedas son cada vez más optimizados. De hecho, el optimizador de motores de búsqueda (SEO) realiza el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en diferentes buscadores y a consecuencia al acceso a esos datos que buscamos. Teniendo en cuenta esto, además de bibliografía a la que he recurrido voy a hacer referencia a los distintos links de sitios web que he utilizado para complementar los datos bibliográficos obtenidos. Y la relación bibliografía y de links irán incluidos al final del trabajo.

Para asociar los datos expuestos en el desarrollo con su origen se ha utilizado la metodología del manual de estilos APA. Fue fundada hace 106 años y es la principal organización de psicólogos en Estados Unidos así como modelo de muchas otras asociaciones psicológicas en el mundo. Desde 1952 ha publicado su APA Publication Manual¹, el cual cuenta a la fecha con seis ediciones. Y de esta última es la que vamos a utilizar para exponer las referencias bibliográficas.

¹ www.cibem.org/paginas/img/apa6.pdf

BLOQUE II JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

2.1 Justificación de la investigación.

El perfil del periodista está evolucionando al igual que la demanda de la información por parte de los usuarios en cualquier lugar del mundo.

Se denota una falta de regularización de esa información a causa de ese volumen de demanda y por la aparición de nuevos canales. Un ejemplo de esos nuevos canales son las redes sociales, que apuestan por ser una gran herramienta de información pero ante una falta de regularización tienen como consecuencias, lo que se denomina actualmente, la desinformación y los rumores. Como he dicho, las redes sociales, son un ejemplo de la falta de regularización, pero no es el único ejemplo.

Por otro lado, en el profesional, la Asociación de Córdoba ha publicado a través de la agencia de Europa Press² que Córdoba tiene el peor índice de paro a nivel estatal de profesionales del periodismo, y que existe, al margen de una crisis económica, una crisis en el sector. Dicha crisis, se ha extendido también a un ámbito funcional y estructural. Está claro, que como buen profesional, el periodista debe asumir esa evolución y, junto al apoyo de leyes y colegios profesionales, seguir siendo el cocinero de una buena información, ¿podrá serlo?

Para aplicar las metodologías de investigación y obtener el mejor resultado, uno de los condicionantes que tengo es la acotación territorial del estudio. Puesto que si ampliamos el estudio a unas dimensiones mayores, caeríamos en problemáticas temporales y datos no tan reales. Por ello se ha realizado en Córdoba y provincia, hará que estudiemos si en nivel tan alto de paro puede deberse a alguna causa que se encuentre dentro de mis líneas de investigación o simplemente sea una casualidad. Por ello, quiero darle la oportunidad de estudiarla a la provincia de Córdoba.

Ya hay muchos profesionales cordobeses y fuera de la provincia que están cabalgando en las nuevas tecnologías, entre las que incluyo los nuevos canales de comunicación que son las redes sociales. ¿Y el resto de profesionales? ¿Qué ocurre?.

Como ya se ha comentado anteriormente, uno de los problemas a los que se encuentra el profesional es el aumento de demanda de información, sobre todo en contenidos digitales. Esto conlleva a producir más información en el mismo intervalo de tiempo que antes producía menos cantidad. Si esta producción aumenta teniendo las mismas herramientas, la calidad de la información podría verse mermada por mucho empeño que ponga el periodista. ¿Podrá existir un problema de accesibilidad o/y usabilidad de ese hardware y software en esas herramientas? El lenguaje cada vez es menos elaborado ni cuidado lingüísticamente. ¿Estamos dejando de saborear unos buenos pucheros de información? ¿Se comunica mal?

Esta investigación pretende ir más allá de un simple análisis estadístico en el que solo se analizarán los resultados desde una sola perspectiva. Esto podría llevar a unas conclusiones erróneas y por ello, no se darían respuestas con un contraste real, es decir, no tendríamos respuestas válidas para nuestras preguntas de investigación.

² <http://www.europapress.es/andalucia/noticia-asociacion-prensa-afirma-cuarta-parte-periodistas-provincia-paro-20120124200114.html>

Por ello, a partir de varios aspectos de los periodistas y del avance tecnológico podré evaluar y sacar conclusiones desde varias perspectivas. Como pueden ser la edad, formación universitaria, predisposición a aprender, destrezas, entre otras. Consiguiendo con esto un contraste con cimientos más sólidos de cara a obtener resultado con más carga argumentativa.

Para conseguir esta finalidad, he recurrido al uso de metodologías cualitativas de investigación que he creído conveniente según el entorno del escenario de estudio. Más adelante, expondré el uso de la encuesta, observación participante y la entrevista, los métodos que he utilizado en este estudio de investigación, quedando justificado cada uno de los métodos.

2.2 Preguntas de investigación.

A continuación, voy a enumerar las preguntas de investigación que surgieron cuando se planteo esta investigación:

- *¿Es óptima la relación de las Tics con los periodistas?*
- *¿La evolución de las Tics afecta a la demanda de la información por parte de los consumidores?*
- *Con esta evolución, ¿afecta a la calidad del contenido del mensaje?*
- *¿Importa más la cantidad de información que la calidad en su contenido?*
- *¿Son tratados adecuadamente los flujos de información desde su inicio como fuente de información hasta su producción final?*
- *¿Es necesaria una normalización de la información de las fuentes que recibe el productor?*
- *Si aumenta el flujo de información ¿puede generar una desinformación? ¿falta de tiempo de contraste? ¿Rumoreo?*
- *¿Dispone el periodista de buenas herramientas de trabajo acorde a la situación actual?*
- *¿Posee de la base o reciclaje pertinente para el uso óptimo de estas herramientas?*

2.3 Objetivos.

Ante estas justificaciones y preguntas de investigación, dentro de la partida de este estudio me queda exponer mis objetivos. Es importante que estos sean muy claros, concisos y fundamentados en la realidad. Si no fuese así la trazabilidad de la línea de investigación se vería desviada dando lugar a aperturas de otras nuevas líneas, datos menos reales y por lo tanto, conclusiones y resultados erróneos. Para construir una casa debemos crearle unos buenos cimientos, y para esta investigación vamos a cimentar bien los resultados principales y que luego cada uno construya la casa que quiera (líneas abiertas de investigación).

Procedo a la exposición de los objetivos:

- *Proponer un perfil universitario adaptado a la actualidad, así como acciones formativas del perfil existente de periodista o productor de contenidos periodísticos digitales.*
- *Presentación de una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de centro de gestión de fuentes de información local (ampliable a un ámbito autónomo o estatal)*
- *Presentación de una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de hardware y software de herramienta única para el periodista.*
- *Crear nuevas líneas abiertas para otras investigaciones sobre modelos de información y producción de contenidos digitales.*
- *Generar una visión del futuro con argumentación.*

BLOQUE III METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Introducción y justificación de las metodologías de investigación

La justificación de la elección de los métodos de investigación está sustentada por unos intereses determinados, como es el entorno donde se va a desarrollar, las personas a las que se va a estudiar, contraste de los datos, entre otros. A continuación, voy a exponer los distintos puntos en que se justifica la utilización de las diversas metodologías cualitativas y cuantitativas elegidas.

En este caso los intereses son claros y bien definidos³ tal y como se han definido en el apartado de objetivos, ya que de un principio buscamos encontrar el nivel de incisión de las tecnologías de la información desde la perspectiva de usabilidad y accesibilidad de las mismas en el periodismo cordobés. Por ello vamos a aferrarnos a esta misión, pero sin descartar otras vías de investigación y sin profundizar en las mismas. Ya que si decidiera emplear más tiempo en la misma tendría muchas posibilidades de perder la idea acotada de las directrices de este estudio y, a consecuencia, sería todo un esfuerzo trivial.

Es un valor positivo que tenga algunas experiencias directas anteriores o que haya realizado unas lecturas de otros estudios cualitativos o cuantitativos anteriores de la misma temática. En mi caso, poseo una un bagaje profesional que cuenta con diez años en el mundo de los medios de comunicación y un total de quince años de experiencia en el sector de las telecomunicaciones. Gracias a esto, he podido observar los distintos flujos de trabajo e incidencias de las TICs, en los individuos que estoy estudiando a nivel nacional, ya que debido a mi profesión me ha dado la posibilidad de estar en distintos medios privados, públicos, de ámbito local y autonómico así como productoras audiovisuales. Esto hace que tenga un mejor criterio a la hora de contrastar los datos obtenidos con las metodologías aplicadas en la actualidad con los datos que poseía de mi experiencia en el sector.

El entorno es un factor que también es determinante a la hora de la elección de los métodos. Las entidades donde se han desarrollado los estudios han sido de carácter público y privado. De ahí, que en ciertos métodos como las encuestas, he tenido que aumentar la seguridad de la protección de datos y garantizar el anonimato. Ya que los resultados obtenidos en las misma deben de tener un valor contrastable y puede llegar a poder ser una posible herramienta política o puede ser utilizada contra algún empleado por la misma empresa. No descarto ninguna metodología. Pero para la empresa pública, se debe de cursar un permiso especial para que me concedan la autorización tanto para el acceso a las instalaciones así como para realizar cualquier actividad dentro.

Y como último condicionante para la elección de los métodos que debo de tener en cuenta, es el personal que trabaja en este centro. La metodología debe adaptarse a los flujos de producción

³ Taylor S. J. et Bogdan R. Introducción a los métodos cualitativos. Tercera Edición. Editorial Paidós. 2000. Pág. 31-35

de los mismos perjudicando lo menos posible, ya que si creáramos algún inconveniente, los resultados y el acceso al centro se podrían ver afectados de diversas maneras. Una de ellas podría ser que al interrumpir el trabajo del usuario, las tareas del mismo se quedan pausadas en su mente, y las respuestas tanto en las encuestas como en las entrevistas podrían ser escuetas, aleatorias o poco reflexionadas. Todo esto podría llegar a la recolección de datos con poco valor e inconexos entre sí. Con lo que, a posteriori, cuando se ejecuten los correspondientes análisis no se podrán sintetizar ninguna conclusión válida.

Ante estas premisas básicas para la decisión metodológica, he decidido realizar las metodologías de *la encuesta*, *la observación participante* y *la entrevista*.

¿Y por qué estos métodos y no otros? ¿Porque primero realizar las metodologías de las encuestas, después la observación participante y después las entrevistas? ¿Y no en otro orden? Son los tres métodos en los que considero que son menos “abrasivos” dentro del ambiente de trabajo que se desarrolla a diario en este escenario a estudiar del público objetivo. La credibilidad y el contraste de los datos obtenidos son aspectos cruciales que deben adjetivar los resultados, por ello la utilización de estos me ofrecen, personalmente, poder recoger una realidad más tangible. Por lo tanto, una valoración más alta de los datos recopilados y, a consecuencia, se obtienen unas conclusiones y aportaciones más innovadoras.

¿Por qué es importante tener un “timing” ajustado para realizarlos? Debido a los exponenciales avances de la tecnología y a la constante evolución de las herramientas del sujeto de estudio así como la actitud del mismo, pueden llevar a que los datos recolectados pueden ser infectados por la obsolescencia y quedar invalidados. Por ello, he estimado realizar estos estudios metodológicos en un tiempo máximo de un año. Considero un intervalo de tiempo ideal para la conseguir unos frutos de investigación de una madurez idónea que pueden contestar a las preguntas de investigación y poderse utilizar para generar las aportaciones de esta tesis.

El orden de aplicación de los métodos tiene su importancia, ya que podría afectar a la cantidad y calidad de información extraída de los sujetos a estudiar. La estrategia metodológica a seguir es la realización de encuestas en primer lugar, a continuación la observación participante y se finaliza con las diversas entrevistas.

La realización en primer lugar de las encuestas tiene como finalidades tener un contacto previo con los usuarios, informándoles sobre la temática del estudio del mismo además de tener la posibilidad de recabar los primeros datos, que me serán útiles para la confección de las siguientes dos acciones.

La siguiente sería una observación participante dentro de lo estimado en el *timing* inicial el personal del escenario que se está estudiando se terminan acostumbrando a la figura del observador y facilitando en muchos casos el acceso visual a los puestos, reduciendo las posibilidades de ideas no fundadas de ser acólito de la dirección y surtir de información a la misma.

Una vez finalizado ese tiempo de observación, se han realizado las diferentes entrevistas, que gracias al acercamiento de la observación el entrevistado experimentará una comodidad tal que si se hubiese desarrollado la metodología a la inversa, no se hubiese podido dar. Ya que al realizar estas acciones de forma progresiva sin entorpecer los flujos de trabajo, no generan una desconfianza por parte de los sujetos y se habitúan a ver mi figura en el sitio de trabajo. Si no se

generase esa confianza, que sería el caso en que realizase la entrevista antes de la observación, conllevaría a una posible retención de información de el entrevistado por diversas causas: miedos ante represalias en la empresa, timidez, entorpecer su trabajo al desconocer que flujo del mismo lleva, incomodidad ante una situación desconocida, las futuras consecuencias en su entorno laboral, etc.

En líneas generales, a través de mi presencia continuada se pretende realizar una declaración de intenciones a nivel general para que se pueda acceder de la forma menos condicionada posible y cómoda a un ambiente de estudio individual, la entrevista.

Otra justificación que se ha aplicado en el orden de los métodos de investigación ha sido el contraste de la hipótesis puramente refutable de que los datos adquiridos en las encuestas son reales y tangibles.

Desde que sintetizamos y cuantificamos los resultados de las encuestas, se pueden convertir en datos estadísticos sin veracidad. Por ello, con la información recopilada en la primera acción, ha servido de guía para la incidir y contrastar diversos puntos coincidentes en la mayoría de los usuarios encuestados. Con ello, se le dará más veracidad a los mismos y con la misma estrategia se implementará la entrevista.

Una vez enumeradas y expuesta la justificación de las distintas metodologías de investigación utilizadas, vamos a proceder sumergirnos en los detalles de la elaboración de estas en el mismo orden de su ejecución.

3.2 Métodos aplicados en la investigación

3.2.1 Encuesta

El uso de la encuesta en mi caso es la primera herramienta que comienza a darle sentido a las preguntas de investigación y generar una buena trayectoria. El diseño de la misma cobra mucha importancia, sobre todo la primera encuesta. Con ella he sacado los resultados que van a sustentar las siguientes metodologías.

Las exigencias metodológicas generales que se aplican a la creación y diseño de cuestionarios así como a la formulación de preguntas en las técnicas tradicionales de sondeos, también son aplicables a las encuestas online.

De manera similar a las encuestas por escrito, hay que tener en cuenta los requisitos metodológicos estándar ya que el encuestado se encuentra con un cuestionario auto gestionado en el que ha de entender las preguntas y responder adecuadamente sin ayuda del encuestador.

Los cuestionarios online han de ser accesibles, manejables /y comprensibles también para los usuarios de Internet menos experimentados. Para facilitar el acceso, deberían usarse las ventajas técnicas específicas que proporciona internet, como la interacción mediante botones en relieve, o los campos predefinidos, siempre teniendo en cuenta las deficiencias técnicas y físicas que el encuestado pueda tener a la hora de acceder a Internet.

Además, un elemento añadido de calidad en las encuestas online, es el proporcionar al encuestado de instrucciones adecuadas para rellenar correctamente la encuesta y poder guiarse a través de los bloques.

En casos en los que pueda resultar necesario, se debería ofrecer la posibilidad de corregir respuestas ya dadas retrocediendo a la pregunta anterior. Otros sistemas de ayuda, controles técnicos de respuesta, y cualquier aplicación técnica deberían utilizarse en función del estudio y de la muestra objetivo teniendo en cuenta la necesidad y las repercusiones metodológicas que pudiera tener.

A continuación, voy a explicar a quién va dirigida la encuesta, su método poner como ejemplo, la primera encuesta⁴ que he lanzado a los usuarios que estoy estudiando. No creo conveniente perder el tiempo en comentar las siguientes ya que se consideran encuestas de profundización. En las que, a partir, de un resultado recogido en la primera, seguiré concretando más en el con la finalidad de poder sacar las distintas causas que han llevado a un alto porcentaje de respuestas iguales en ese apartado. Por tanto, explicando el modelo de elaboración del primer trabajo, sus características de implementación y estrategia de difusión, es justificable que no dilatemos este escrito con repeticiones en la exposición de las siguientes encuestas que lanzado.

Partimos en primer término que tenemos un público objetivo que es el periodista cordobés, he querido realizar la misma encuesta en dos ámbitos geográficos, provincial y estatal. Para argumentar la definición de estos ámbitos, expongo que casi la totalidad de la información que se produce es de ámbito local, por lo que nos interesa es, en líneas generales, la comparativa del trabajo en un ámbito local cordobés con un ámbito local de distintas partes del país, sin catalogarlo como nacional. Ya que esto último no sería correcto porque por su definición englobaría la provincia de Córdoba. Otro argumento que aporte es que al realizar dicha comparativa con respecto al resto del país podemos ver cuales son los puntos fuertes y puntos a reforzar para tener un nivel igual o superior a la media nacional. Con esta evaluación se puede mejorar, si cabe, la calidad del periodista, en los dos ámbitos de estudio, aunque el que nos concierne en este estudio es el periodista cordobés. Las encuestas no van dirigidas a un determinado perfil de periodista ya que es interesante tener las mayores muestras posibles, y analizarlas después. Esto es el resultado de haber reflexionado si sólo estudiaba a los individuos en activo y descartando los que no lo están, por el factor de experiencia laboral o por las herramientas actuales de su trabajo, pero creo que es muy útil la experiencia de todos en cualquier momento, ya que genera múltiples perspectivas enfocadas a la realidad actual.

También valoré separar las empresas públicas de las privadas, pero no lo hice así ya que en ambas es necesario el mismo profesional y no tiene sentido el valorar las diferencias de ambas. De hecho, considero que existe una gran simbiosis entre ambas, compartiendo información y materiales audiovisuales o gráficos, una comunidad en que ninguna sobra. Por ello, en el caso que nos ocupa, lo más óptimo es separarlo por territorio geográfico que antes he explicado.

Con ello, se han podido realizar comparaciones del perfil del profesional de esta provincia, con el perfil del periodista del resto del país. Dichas comparaciones no pretenden clasificar ni valorar quien es mejor profesional, sino ver las necesidades de ambos y aportar soluciones a las mismas,

⁴ Ver Anexo 0

consiguiendo así mejorar la cualidad y la calidad del profesional. En el caso que nos lleva este trabajo, sería a nivel cordobés, pero también se tendrá en cuenta el resto de profesionales para poder analizar los resultados y poder ofrecer conclusiones y aportaciones.

Prosigo con la estrategia de difusión de las encuestas. Es ilógico plantearnos el realizar una encuesta en papel y presencial, ya que nos encontraríamos diversos problemas como son la extensión del tiempo y el impacto que puedo generar en la empresa donde la desarrolle. Los datos que aporte no tendrán todo el valor que se espera, ya que el usuario puede verse cohibido o molesto por realizarlo en su ámbito de trabajo junto a sus mismos compañeros, incluso quedándole la duda si los datos que va a ceder pueden ser utilizados contra su persona de alguna manera. Por tanto, he optado por realizar la encuesta de forma online. Que posee las siguientes ventajas:

- *No invade el espacio laboral del usuario.* No necesariamente la debe realizar en su puesto de trabajo, por lo que no le quito tiempo ni genero cualquier molestia.
- *Reduce el tiempo de encuesta notablemente.* No tiene que escribir.
- *Comodidad para el usuario.* Puede desarrollarla donde y cuando desee.
- *Genera más productividad.* Nos aporta más datos en un mismo intervalo de tiempo, ya que mientras en la de papel, se fija la hora en que se va encuestar, desplazamiento al lugar y transcripción de resultados, aumenta considerablemente el tiempo.
- *Los datos se albergan directamente en una base de datos.* Esto nos evita la transcripción del papel a la base de datos y nos facilita enormemente la generación de estadísticas e informes.
- *Garantiza su protección de datos y anonimato.* Se les ha aplicado una política de Ley de Protección de datos, para garantizar que su identidad no sea relacionada con los datos que conforman los resultados de la misma⁵. Queriendo aportar así un ambiente de tranquilidad y disponibilidad al realizarla.

Cuando comencé con la difusión de la primera encuesta lo hice a través de las redes sociales como *Twitter* y por correo electrónico. Le ofrecía la realización de la misma publicándola en el timeline, esto ha generado que algunos periodistas muy conocidos en el sector se hayan tomado la molestia de colaborar en este estudio.

Por otra parte, envié la encuesta a las distintas asociaciones y colegios de periodistas del país para que colaborarán reenviándoselas a sus asociados o colegiados. El método que más muestra ha proporcionado ha sido el correo electrónico mientras que las redes sociales me han facilitado llegar a determinados profesionales del sector. Por ello, este último método de difusión no es nada eficiente si queremos conseguir el mayor número de muestras posibles, salvo que tengamos creados grupos específicos de periodistas dentro de nuestra cuenta y conseguir que te

⁵ Ver Anexo 1

“sigan”. Conseguir ese grupo numeroso de usuarios supondría dilatar esta investigación en el tiempo o externalizar este trabajo a un Community Manager, pero esto haría que pierda sentido el esfuerzo de esta investigación. Mi intención en todo momento es realizar todas las metodologías en primera persona, para poder tener los resultados más tangibles posibles y poner todos mis sentidos a disposición de un juicio lo más real posible.⁶

La motivación es muy importante a la hora de que el individuo se preste a realizar la encuesta, ya que si esta tiene gran peso, la calidad y la cantidad de muestras puede ser de una envergadura considerable. En este caso, he utilizado dos tipos de motivaciones, una motivación de una posible satisfacción ante soluciones a una problemática actual y una motivación material.

Vamos a aclarar esto. En cuanto a la motivación profesional, he valorado la situación actual del periodismo en España y sacado las principales problemáticas (paro, cierre de medios de comunicación...) y que alguna solución podría coincidir con la viabilidad de las aportaciones de esta tesis. Por ello, se les ha pedido su colaboración haciendo alusión al estudio que se esta realizando y que este podría ayudar al profesional del sector. El otro tipo de motivación es la considerada material que consiste en motivar al individuo objetivo ofreciéndole entrar en un sorteo de un premio si finaliza correctamente la encuesta. Esta última acción de la motivación puede entrañar riesgos como la realización de la encuesta al libre albedrío, con la única finalidad de acabarla, incluso sin la posibilidad que se le ofrece de dar su opinión. Situaciones de este tipo puede corromper el estado de las muestras recogidas con datos erróneos. Para intentar evitar esto, he realizado dos acciones preventivas que han sido avisar antes de la realización de la encuesta que se descartarían las que no tuviesen una concordancia y para ello, implementé alguna pregunta trampa con la finalidad de que si el usuario la responde sin leerla previamente me avisa de que es una muestra errónea, y por tanto, descartada del análisis.

Pero todo esto también forma parte de los métodos que he utilizado para la elaboración de las distintas encuestas utilizadas y que, a continuación voy a proceder a explicar.

La participación en una encuesta online, debe permitirse independientemente del tipo de acceso específico al medio interactivo que tenga el encuestado e independientemente del dispositivo electrónico del que disponga para no provocar por ese motivo distorsiones en la muestra. Esto implica que tanto la herramienta de programación del cuestionario como el cuestionario mismo, han de ser accesibles desde cualquier versión de navegador, sistemas operativos y compatibles con todo tipo de fabricantes de software.

Como ya he comentado con anterioridad, la elaboración de la encuesta la he basado en los estándares de calidad de la ADM⁷ y en el apartado de accesibilidad he utilizado los estándares de la W3C⁸, en la cual nos marca los requisitos de accesibilidad para contenidos en la web, que en este caso es la publicación de las encuestas. He tenido en cuenta al encuestado, para que en cualquier momento durante la realización de la encuesta pueda volver atrás y poder rectificar sus respuestas. Sólo en la página final de las distintas encuestas existe la posibilidad de finalizarla pulsando un botón. Además, no hay tiempo de sesión, por lo que el usuario no se ve amenazado

⁶ Cottle, T. J. (1973). The Voices of School: Educational Issues through Personal Accounts. Pags 32-35

⁷ <https://www.adm-ev.de>

⁸ <http://www.w3c.es/>

con un timing que hace que peligren sus respuestas y empobrezca las reflexiones del encuestado.

Para albergar los resultados de la misma he utilizado una base de datos con el motor de Google⁹ de forma gratuita, descartando software propietario de pago u otras bases de datos como MySQL¹⁰, ya que mi elección del servicio de Google, me satisfacía todos los requisitos de recolección de datos. Es lógico que al utilizar un servicio gratuito al público que nos ofrece una empresa externa, lo primero que se nos pasa por la mente es la seguridad, en la posibilidad de que perdamos los datos que se están recopilando con las distintas encuestas ya sean por su purgado accidental o corrupción de datos. Para evitar esto, se han realizado copias de seguridad diarias en discos locales, minimizando las pérdidas de muestras si las hubiese.

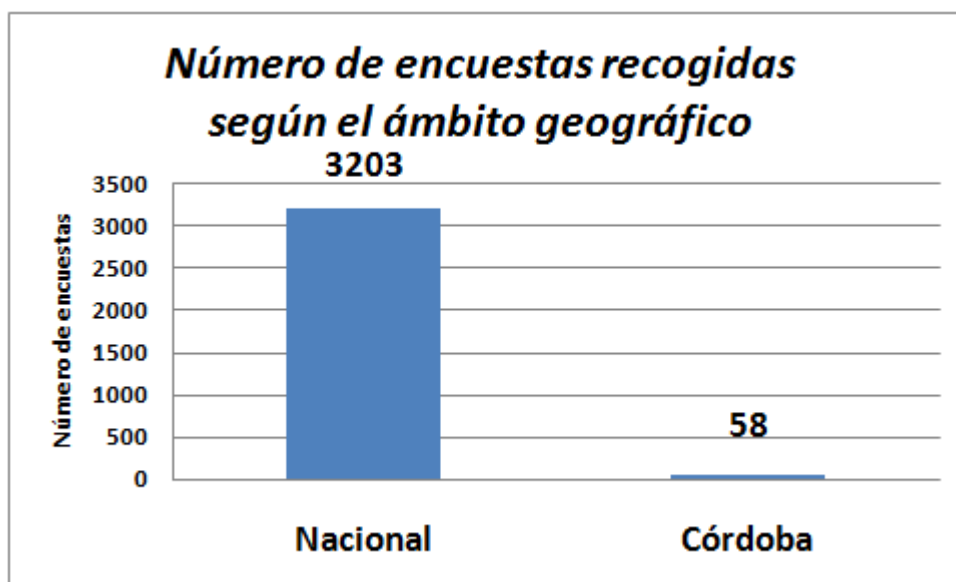
En cuanto a la estructura de las cuestiones que componen las encuestas, se han dividido bloques que estaban íntimamente relacionados con los módulos de la estructura de la tesis y con los objetivos de la misma. La primera encuesta es la gran semilla de donde brotarán las distintas ramificaciones, tantas como bloques, y que cuya altura dependerá de las distintas encuestas de profundización, que llegarán cada una a florecer atractivos resultados para su posterior análisis. Esto tiene como finalidad la optimización de los resultados y su posterior catalogación. Además conseguimos poder jerarquizar y analizar los resultados de las encuestas posteriores.

El tiempo de realización de la encuesta por parte del usuario es un factor bastante importante para conseguir unos buenos resultados y que el mismo, vuelva a repetir alguna encuesta nuestra en el futuro. Para conseguir esto, la extensión de las cuestiones esta diseñada para una estimación aproximada de unos cinco minutos de tiempo de realización. Este tiempo, no quiere decir que se haya implementado un tiempo de sesión, y que al finalizar ese tiempo se cierre la encuesta. Eso es totalmente contraproducente por lo que ya he comentado. Si el usuario ha demostrado una cierta voluntariedad al rellenarlas, no es viable condicionarlo a un tiempo, y más si lo que queremos es su opinión al reflexionar las distintas preguntas de investigación. También sería erróneo el implementar un cuestionario en el que su cumplimentación sea excesiva, ya que el atractivo se perdería y aparecería el aburrimiento.

Para dinamizar los cuestionarios y conseguir el mayor número de respuestas posibles, he creado las preguntas tipo test, de una o varias respuestas y en algunos casos con una de ellas rellenable para que el encuestado pueda aportar otra respuesta distintas a las listadas. Si se hubiesen hecho las mismas cuestiones en un formato de desarrollo, seguramente hubiese tenido un número mucho menor de muestras y una calidad en respuestas menor, a causa de la posible desidia que se le presenta al destinatario de tener que desarrollar las respuestas de una treintena de preguntas. Además de que el tiempo de realización sería mucho mayor o si nos ciñéramos al tiempo propuesto, tendríamos publicar muchas menos cuestiones. Esto haría que esta metodología de investigación se dilatase considerablemente por lo que lo rehusamos.

⁹ <https://drive.google.com/>

¹⁰ <http://www.mysql.com/>



Gráfica 1. Número de encuestas recogidas según el ámbito geográfico. Fuente: Elaboración propia.

Como puede verse en la *gráfica 1*, las encuestas recibidas en la primera oleada, es de 3203 en un ámbito nacional y 58 en el caso local de Córdoba. Haciendo un total de 3261 encuestas. Para la primera difusión, las asociaciones de periodistas y las redes sociales han sido pieza clave para poder llegar a los objetivos. Puesto que los usuarios nos proporcionaron los correos electrónicos de contacto, fue ese el medio que utilice en los sucesivos contactos.

Una vez finalizada la cosecha de los resultados de los encuestados se procede a la exportación de la base de datos a formatos más accesibles para el manejo de datos. En primer término, la exportación se ha hecho en formato *.xls¹¹ para tener una visión más inmediata de los datos. Posteriormente, esos datos son exportables a formatos compatibles para uso de software profesionales de investigación como son SPSS¹² para su tratamiento, ya que nos permite un estudio más profundo y una perspectiva más científica.

3.2.2 Observación participante

La siguiente metodología que he utilizado es la observación participante.

Una investigación social es distinta de otra y, por tanto, se requiere de enfoques paradigmáticos, métodos y técnicas distintas, y aun cuando se puedan emplear como apoyo en diversos métodos sus hallazgos se analizan de diferente forma.

Por ello, al hablar de investigación cualitativa se debe pensar en observación participante, sin embargo, se ha de distinguir primero que observar es, según la Real Academia de la Lengua, examinar con atención, analizar; mirar con atención y recato, es decir, según lo explica Núñez Tenorio¹³ hacer ciencia requiere de observación.

En las ciencias sociales, el observar es esencial, dado que en el proceso de selección de informantes, y la búsqueda inicial, se emplea la observación, y además se pueden utilizar técnicas como la entrevista, la encuesta, la revisión de documentos y el diario de campo o cuaderno de notas de lo vivido, fotos y grabaciones, para organizarlas posteriormente.

¹¹ [http://msdn.microsoft.com/es-es/library/9hw0fyx\(v=vs.80\).aspx](http://msdn.microsoft.com/es-es/library/9hw0fyx(v=vs.80).aspx)

¹² <http://es.wikipedia.org/wiki/SPSS>

¹³ http://webdelprofesor.ula.ve/nucleotrujillo/luispe/index_archivos/page0004.htm

Como técnica de investigación la observación participante, es utilizada para compartir con los investigados su contexto, experiencia y vida cotidiana, para conocer directamente toda la información que poseen los sujetos de estudio sobre su propia realidad, es decir, conocer lo habitual de un grupo desde el interior del mismo. Esta técnica en su forma más radical, es observar un grupo social desde dentro hasta " verse como uno de ellos" en su ambiente natural; por ejemplo, el barrio en la esquina de reuniones; preservando la objetividad con la subjetividad (balance), con el riesgo de identificarse como uno de ellos, sino colocarse en el punto de vista de un contexto teórico.

Por ello, se caracteriza por la existencia de un conocimiento previo entre observador y observado y una permisividad en el intercambio, lo cual da lugar a una iniciativa por parte de cada uno de ellos en su interrelación con el otro. El observado puede dirigirse al observador, y el observador al observado en una posición de mayor cercanía psicológica, pero con un nivel de participación bajo o nulo.

La observación participante se refiere a una práctica que consiste en vivir entre la gente que uno estudia, llegar a conocerlos, a conocer su lenguaje y sus formas de vida a través de una intrusa y continuada interacción con ellos en la vida diaria. Para Goetz y LeCompte ¹⁴ es la que sirve para obtener de las personas sus definiciones de la realidad y los contactos con los que organiza un mundo"

Se hace usando los órganos de los sentidos, ya que toda observación necesita de una estrategia cognitiva. Utilizamos los sentidos para realizar un proceso de categorización de lo que vemos. La observación es una técnica de recopilación de datos, ya que se rige por una búsqueda deliberada, llevada a cabo con cuidado y premeditación.

Para Coffey y Atkinson ¹⁵, se precisa de un sexto sentido que significa tener siempre la conciencia de que se está investigando. Consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes y a las gentes en el contexto real en donde se desarrolla normalmente sus actividades. Se hace para recopilar los datos que se consideran importantes en relación con el objeto de la investigación. La observación debe ser intencionada.

Es un punto a tener en cuenta, que poseo más de una década de experiencia trabajando en las nuevas tecnologías de la información y además ser licenciado en Ciencias de la Información. Ya que la mayoría de las herramientas que ha pasado por ciertos periodistas de algunos medios, sobre todo audiovisuales, las he integrado yo y he tenido que realizar la formación al usuario, por lo que siempre había un seguimiento de las necesidades del mismo y un feedback en cuanto a su uso posterior. Como ejemplos, podría hablar de las televisiones autonómicas de Aragón, Castilla-La Mancha, Región de Murcia y Andalucía, sin contar con numerosas productoras. Con todo esto, no sólo estoy al día de las TICs sino que también las integro, además de añadir que puedo realizar cierta empatía profesional dada mi formación universitaria. Estimo que esta experiencia es bastante buena tratándola de un modo más científico y aplicándola para la realización de las

¹⁴ Goetz, J. P. et LeCompte, M. D. Etnografía y Diseño Cualitativo en Investigación Educativa. 1998 pág 126.

¹⁵ Atkinson P and Coffey A (2004) Analysing documentary realities, in D Silverman (ed) *Qualitative Research: Theory, Method and Practice* (London: Sage) pp. 56-75

distintas observaciones que se han realizado a lo largo de esta tesis, ya que, con ello, hemos podido comenzar con datos de referencia. Con estos datos, hemos conseguido optimizar bastante los resultados de la observación, ya que se ha orientado todas las pautas acorde a los antecedentes que ya teníamos.

La he estructurado en dos partes:

- 1) La preparación del campo de observación.
- 2) La observación en el campo.

3.2.2.1 La preparación del campo de observación.

Hasta que no se entra en el campo no se sabe con certeza que preguntas exactas hacer ni el cómo formularlas.

Antes de entrar al campo podemos tener una imagen distorsionada de la gente a la que queremos estudiar, por ello es conveniente entrar sin imágenes preconcebidas.

“1) Nunca estoy seguro de lo que es significativo como para formular hipótesis hasta que he llegado a alguna intimidad con la situación; pienso que una hipótesis es una conjetura bien fundada.

2) Una vez formulada, cada hipótesis se convierte en obligatoria hasta cierto punto;

3) Existe el peligro de que la hipótesis sea estimada por sí misma y actúe como símbolo abusivo de la ciencia.” (Melville Dalton)¹⁶.

Es normal que cuando se llegue al campo se tengan unos interrogantes que los he dividido en dos amplias categorías como sustanciales y teóricos. En el primer caso se cuentan los interrogantes cuando entran en el campo y la teórica está más relacionada a los problemas que pueden surgir de socialización básica. Aplicándolo al caso que nos atañe como categoría sustancial tenemos los diversos centros de producción de información de carácter público y privado, y en la categoría de socialización podemos encajar la incidencia de las nuevas tecnologías de la información en los periodistas de dicho centro.

Ambas categorías (sustanciales y teóricas) están relacionadas por lo que un concienzudo estudio cualitativo combina comprensión en profundidad del escenario particular estudiado con nociones de teorías generales que trascienden en el escenario que estoy estudiando.

En lecturas como Glaser y Strauss¹⁷ expone en sus trabajos una distinción de la teoría sustancial y la formal que transcurre análogamente a la que he expuesto con anterioridad (Sustancial y teórica).

¹⁶ Dalton, Melville. “Preconceptions and Methods , In Men who Manage”. Pág 6-66

¹⁷ Glaser,B. y A.Strauss. “The Discovery of Grounded Theory” 1967 pág 71-85

Apelando a la ley de protección de datos que ya comenté con anterioridad en las encuestas y al sentido común voy a omitir en que centros en concreto he realizado las observaciones para esta tesis, ya que la finalidad de este estudio no pretende hacer comparaciones entre medios de comunicación sino buscar soluciones óptimas para este sector.

Los escenarios que me he ido encontrando no difería demasiado a la imagen preconcebida que poseía en un principio, ni en ningún momento se me planteó la tesitura de realizar un cambio de estos¹⁸.

No descarté lo que autores como Glaser y Strauss denominan como *muestreo teórico* en los que los investigadores usan casos adicionales para complementar la información ya adquirida. No solo aplicado a la observación participante sino que también aplicado a los resultados para poder contrastar con otras fuentes. Para realizar esto es conveniente llevar a un rendimiento máximo la variación de casos adicionales seleccionados para ampliar las intelecciones teóricas.

“En la observación participante, el mejor consejo es arremangarse los pantalones: entrar al campo, comprender un escenario único y sólo entonces tomar una decisión sobre el estudio de otros escenarios” (Glaser y Strauss)¹⁹

Con ello entiendo la idea de que hasta que no adquiriera un cierto compromiso con la investigación no podría ver qué línea es la correcta.

Podría afirmar que el escenario ideal para el desarrollo de esta o cualquier observación es en que el observador no tiene problemas de accesos, establece una relación de confianza con los sujetos a observar evitando situaciones comprometidas y por último que se recoja los datos interesantes de la investigación sin necesidad de depurarlos para desechar los que no nos resultan de valor para el estudio. En este estudio, no ha habido ningún ejemplo de escenario ideal, pero tampoco todo lo contrario.

En algunos casos el acceso a algunos escenarios ha sido demorado algún mes. La causa de esta demora viene dada a causas como cambios de dirección del centro y al escalado de los permisos, ya que como observador participante a la hora de poder llevar a cabo mi investigación he tenido que proceder a pedir los permisos pertinentes. Estos permisos firmados por la dirección del centro me aseguran en gran medida que no voy a volver a tener problemas en el acceso al escenario y a su vez certifica mi estancia en el centro. A continuación, voy a exponer el protocolo que utilicé para conseguir los permisos de acceso e informar de las acciones que voy a realizar en los distintos centros.

Para realizar los distintos accesos a los centros de producción, en primer término he mandado correos electrónicos a los responsables de los mismos, en los que exponía la temática del estudio, duración, intenciones, confidencialidad, actividades y demás aspectos. Paralelamente, se ha enviado desde la Universidad de Córdoba por correo convencional y en formato papel la

¹⁸ Geer, B. “First Days in the Field. In issues in Participant Observation. 1969 pag 135-142

¹⁹ Glaser, B. y A. Strauss. “The Discovery of Grounded Theory” 1967 pág 93-94

misma autorización²⁰. La explicación de utilizar los dos medios, electrónico y convencional, para comunicarme con el centro es debido a que exista la posibilidad de que la cuenta de correo electrónico no funcione correctamente o que el mail no llegue a su destinatario, puesto que en la mayoría de los casos es un mail de acceso general, en el que el destinatario al que queremos enviar el mail no es el primero en abrirlo. En el caso del correo convencional, es más probable que sea el responsable del centro el que abra el sobre del correo, sin intermediarios.

Una vez realizado el primer contacto y cerrado de acuerdo verbal de colaboración, se les procede a enviar unos documentos en los que deben firmar que están dispuestos a colaborar con el estudio así como que me autorizan a entrar en el centro para realizar las distintas acciones que requieren en la observación participante y entrevistas.

Ya dije con anterioridad que en algún caso la autorización firmada se dilató unos meses. En dicho caso, en el transcurso de ese trámite, se me concede una autorización verbal para que comience con la observación y no demorar el inicio de la misma. En líneas generales, la figura de responsables que han aprobado este estudio en su respectivo centro, algunos autores como Becker²¹, la denomina como *porteros*. Claro está que la primera imagen que se te viene a la mente son los porteros de discotecas que supuestamente controlan el acceso a estos recintos.

El siguiente paso es el consenso del calendario de actividades que se iba a realizar en cada centro, para intentar interferir lo menos posible en la producción pero sin perder detalle de la misma.

En una reunión formal que se mantuvo en la mayoría los escenarios se expuso de forma generalizada de las acciones a realizar en los siguientes meses quedo patente mi predisposición incondicional a la apertura de un aprendizaje, desterrando actitudes como la de “hacerse el bobo”²². Estimo que esta última técnica no es factible en todos los casos, en gran medida depende del observador si es capaz de meterse en dicho “papel teatral”, es decir, que depende de gran medida de la personalidad y perfil psicológico del observador. Este no es mi caso, la mejor opción para este estudio es ser yo mismo y de exponer mis inquietudes de investigación han proporcionado las suficientes directrices y datos para dirigir el estudio a buen puerto.

Otra de las ventajas de esta actitud es la reducción de posibilidades de idealización equivocada del papel de informante entre jerarquías de alto y bajo nivel. Supongo que en otros casos se ha podido dar que entre niveles jerárquicos existan conflictos y que me pueda ver involucrado, y como consecuencia, se restrinja en gran medida el acceso a la información crucial para satisfacer de respuestas a las preguntas de investigación. Pudiendo llegar a un punto de tener que plantearme el cambio de escenario o abandono de la investigación.

La idea que he querido transmitir desde el principio ha sido de independencia pero haciendo mínimas las relación con los responsables, ignorando sugerencias de autores como Van Maanem²³, que recomiendan mantener una distancia entre *porteros* máxima hasta el punto de

²⁰ Ver Anexo 2

²¹ Becker, Howard S. “The relevance of Life Histories” 1970. Pág. 217-219.

²² Douglas; Jack D. “Investigative Social Research” 1976 pag. 107-110.

²³ Van Maanem J. “Qualitative methodology” 1979 pag 192-193

llegar a un nulo contacto mientras se desarrolla la investigación. Creo que este autor se equivoca, porque al no mantener una mínima relación a lo que él llama porteros, implica el riesgo de que aumente la desconfianza y pueda llegar a limitar la información o estancias del escenario, con lo que causaría empobrecimiento de la observación y de los datos recolectados.

Por último, estimo que no existe ninguna norma de cuando el investigador debe renunciar al escenario, pero estimo que si el mismo no muestra sus máximos esfuerzos para conseguirlo es improbable que pueda desarrollar correctamente un abordaje a los inconvenientes que podrían surgir a lo largo del trabajo de campo. Aporto a esto una sugerencia, que se tenga el menor o nulo vínculo personal con los integrantes de ese trabajo de campo, ya que un exceso de proximidad, crearían dificultades para confeccionar una perspectiva crítica de nuestro proyecto.

3.2.2.2 La observación en el campo

La observación se ha realizado según el calendario en todos los escenarios. Como es lógico, se ha realizado un seguimiento diario de las actividades de los periodistas en relación a las tecnologías de la Información que usan. Dentro de este seguimiento diario, se ha registrado todos los datos que nos interesan para mi estudio.

Para llevar este registro, la metodología de la observación participante, me sugiere que utilice el llamado cuaderno o diario de campo, en el que he ido apuntado las acciones de los sujetos en cuanto a los aspectos que nos interesa, así como anotaciones particulares. Es un elemento bastante importante no solo por el registro, sino también su posterior uso. Se pueden realizar posibles comparaciones entre sujetos, días, etc., y con ello, contrastar los datos que teníamos de las encuestas, y hasta incluso poder generar estadísticas y finalmente, poder sacar conclusiones contrastables y tangibles.

En cuanto al desarrollo, he considerado que, cada semana, en los distintos escenarios, he observado un periodista al azar. He creído que si me basara una observación sobre un solo individuo durante la totalidad de la temporalización, no obtendría unos datos fiables, ya que cada periodista tiene un modo de trabajo diferente. No por ello deja de ser más o menos eficiente. Al realizar la observación en varios individuos he podido también evaluar el grado de integración a las nuevas tecnologías según parámetros como la edad que ya recogí en las encuestas. Esto aumenta el grado de contraste en los resultados de las muestras recogidas de las encuestas.

Para evitar, que el usuario se notará observado, no se le ha informado de dicha acción hasta pasados dos o tres días. Con ello, he conseguido a que el individuo no se viese comprometido a realizar acciones que en condiciones normales no haría. Una vez que se le ha informado sobre la observación, valoro si ha variado por este hecho todos los hábitos de trabajo que tenía, intentando realizar lo protocolariamente correcto. Con ello, podemos valorar al perfil del sujeto si posee un grado o no de cohibición mientras realiza su labor de producción mientras es observado.

Bajo mi opinión, utilizándola con la estrategia adecuada, es la metodología más efectiva y que más credibilidad ofrece a la hora de recolectar datos, puesto que se basa en una transcripción de lo que realmente estas observando. Nos muestra una realidad más accesible a nuestros sentidos y tener un margen de tiempo para evaluar esos datos según los distintos entornos de acciones.

3.2.3 Entrevista

Después de los meses previstos de observación participante paso a realizar la entrevista, tal y como se tenía previsto. Utilizo la definición que entiendo de entrevista de profundidad para expresar la visión que tienen los informantes respecto a su profesión.

“Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y el informante, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal y como expresan con sus propias palabras.”(Taylor y Bogdan)²⁴.

La diferencia primordial entre la observación que he realizado en el primer paso y la entrevista del segundo reside en los escenarios y situaciones. Mientras que la observación se lleva a cabo sus estudios en situaciones “naturales”, sin forzarse ni preparación alguna, en las entrevistas se desarrollan en situaciones preparadas.

Autores como Deutscher²⁵ diferencia hechos y palabras. Especialmente es crítico en investigaciones sobre actitudes y sobre la opinión pública en las cuales se supone que las personas llevan en su cabeza actitudes que determinarán lo que haga en cualquier situación determinada. Además explica que la artificialidad del cuestionario y la entrevista atada a un contenido pueden producir respuestas irreales. En consonancia y estando de acuerdo a las afirmaciones de este autor, he realizado entrevistas de contenido abierto y cuyo lenguaje del informante sea lo más claro posible para dar la respuesta directa²⁶.

“Es probable que los entrevistadores comprendan mal el lenguaje de los informantes, puesto que no tienen la oportunidad de estudiarlo en su uso común” (Becker y Geer).

Puesto que antes he realizado una observación participante no estaría cumpliendo los criterios de los autores Becker y Geer, y además en eso estoy en completo desacuerdo, ya que puedo entender a los sujetos y según ellos, no llegaría a ese fin.

Con otras lecturas, como son las de Spradley²⁷, también ando en discordancia ya sostiene que uno de los requerimientos de los buenos informantes es la “enculturación completa”, es decir,

²⁴ Taylor S. J. et Bogdan R. Introducción a los métodos cualitativos. Tercera Edición. Editorial Paidós. 2000. Pág 102

²⁵ Deutscher, I.: “Looking backward: Case studies on the progress of methodology in sociological research”, The American Sociologist, 4 (febrero), 34-42, 1969.

²⁶ Becker, H. S., & Geer, B. . Participant observation and interviewing: a comparison. Human Organization, 1957 págs. 28-32

²⁷ Spradley, J. P. (1980). Participant observation. New York: Holt, Rinehart and Winston.

que conozcan con tanto detalle una cultura que ya no piensen acerca de ella. Esto no es así, porque los entrevistados conocen perfectamente la cultura audiovisual por ello no tienen porque no pensar sobre ello, de hecho muchos de ellos me han expresado reflexiones de sobre la profesión tanto actual como con previsiones de futuro.

En cuanto al público objetivo que entrevisté, fue lo más variado que se pudo encontrar dentro de los escenarios. Intente conseguir el mayor número de perfiles entrevistados diferentes, con la finalidad de poder contrastar todos los datos que tenía recopilados de las anteriores metodologías aplicadas. Por ello, decidí que debía variar los perfiles en función de características como la edad, sexo y años de experiencia. Con estas variables podemos reafirmar las conclusiones realizadas tanto en las encuestas como en la observación participante.

Si dentro del flujo que se expone de contraste, se selecciona un resultado de la encuesta y se estudia y verifica con la observación participante y posteriormente, lo integramos en la entrevista lo volvemos a verificar a nivel individual, podemos concluir que esos datos recopilados tienen un gran peso de realidad, veracidad y de gran valor de investigación. Si los entrevistados hubiesen sido externos a los escenarios estudiados, los datos obtenidos no tendrían el valor al que hemos llegado, ya que sería de inferior calidad. Esto sería debido a que hubiésemos tenido menos contraste de la información, por lo que se empobrecería la calidad de los resultados, con lo que tendríamos como consecuencia unas conclusiones finales con un fundamento poco sustentado, mientras que al realizar el triple contraste, conseguimos crear unos cimientos sólidos que nos llevarán a una construcción de resultados muy óptimos.

A partir de aquí vamos a analizar los diferentes puntos metodológicos de la entrevista comenzando por la *aproximación al entrevistado*:

- *Información de mis intenciones.* Desde el primer momento se le informa al usuario de la temática de entrevista y de las finalidades académicas de la misma. Esto genera una sensación transparencia hace que el usuario gane confianza con el entrevistador, con lo que se puede conseguir aumentar el caudal de información. Al estar en un entorno de comodidad y confianza sin influencias externas, tendremos mas posibilidades de que el entrevistado tenga la libertad de poder expresarse con fluidez y profundizando en sus opiniones. Todo ello expresado con un tono de compañerismo en la relación investigador-entrevistado, sin llegar a hacer exaltaciones de amistad. Un contacto cordial regado de algo de simpatía.²⁸
- *Anonimato.* Es una de los requisitos básicos de esta entrevista ya que estamos hablando de un medio de comunicación público con una importancia política bastante grande. Por ello, no es conveniente identificar al usuario para poder evitar cualquier posible represalia y que pueda sentir más libertad al hablar. Para ello, he creado una lista por la cual el usuario, una vez realizada la entrevista, ha firmado. Esta acción no se verá implicada en ninguna publicación, ni de la anulación del anonimato puesto que esta

²⁸ Klockars, C.B.: "Field ethics for the life history", en R.S. Weppner (comp.), *Street Ethnography*, Berverly Hills, Sage, págs. 201-226, 1977.

codificada atendiendo a la Ley de Protección de Datos de este país. La llave de ese código sólo la sé yo.

- *Nunca tengo la palabra final.* Se ha informado de la posibilidad de modificar o eliminar sus respuestas hasta que se finalice el trabajo de investigación que es cuando se publicará y se entregará para su evaluación.
- *La entrevista es gratis.* La colaboración en esta entrevista no tiene ninguna remuneración al entrevistado.
- *¿Cuándo? ¿dónde?* La duración máxima de la entrevista ha sido de aproximadamente unas 2 horas y el lugar escogido ha sido en una sala con sillas muy cómodas y mesa, mi colocación ha sido siempre junto al entrevistado, ayudando a la calidez y cercanía a este, aumentando su comodidad y evitando sensaciones de sufrir una sesión formal de interrogatorio policial. Nunca he creído conveniente realizar sesiones más amplias tal y como sugieren otros autores como Klockars que en su caso estuvo 15 meses de entrevista. Creo que eso, aplicado a este caso sería contraproducente, ya que el usuario podría cambiar el concepto inicial que tendría de la entrevista y al tener varias sesiones las conversaciones se enfriarían, y a consecuencia de esto, perderíamos el tiempo, el valor de los datos y la confianza del entrevistado.

La acotación del rango del proyecto me permitió generar entrevistas a usuarios de un máximo de 2 horas sin tener que hacer repeticiones con los mismos. El usuario se sintió cómodo y me llegó a decir que era todo lo que podía expresar del tema que estábamos abordando. Existía una privacidad en la entrevista.

Desde la primera pregunta mi predisposición ha sido aprender de las respuestas de los entrevistados, no he tenido intención de representar una falta de imagen de recolector de información. Con ello represento la experiencia de una forma "viva"²⁹. Sería contraproducente, el no mantener esa postura de querer aprender de las opiniones del entrevistado, ya que este se vería envuelto en un frío monólogo en el que rozaría lo escueto y sentimientos de pérdida de tiempo.

Para el proceso de realización y recopilación de preguntas he utilizado un cuaderno de bitácoras como premisa a realizar una entrevista en profundidad con diario³⁰ que comencé a rellenar con notas de campo en la observación participante. Tanto en la hora de realizar una exposición como en situaciones de entrevista, es indispensable tener claros los puntos y dirección a seguir en el discurso o preguntas. El cuaderno de bitácoras nos sirve de libreta de anotaciones y de brújula en el discurso o entrevista. Así evitaremos que se nos pierdan datos cruciales además que no se nos denote inseguros o perdidos mientras desarrollamos la metodología.

Otro punto metodológico a exponer es la *actitud del entrevistador*. Es un factor crucial para poder conseguir la información que estamos buscando, una actitud incorrecta ante el usuario

²⁹ Coles R. "Migrants, Sharecroppers, Mountaineers, Volume 2 of Children of Crisis" 1971

³⁰ Zimmerman, D. H., & Wieder, D. L. "The diary interview method. Urban Life" 1977 pag.479-499

podría generar que se distorsione o se empobrezca la calidad de la información, si ya de por sí, tenemos afirmaciones como la de

“las expresiones reales de la actitud o la conducta abierta pocas veces se producen en las condiciones de esterilidad que se estructuran deliberadamente para la situación de la entrevista”³¹ (Deutscher, 1973).

Desde el inicio de la entrevista, intento que los entrevistados se sientan cómodos. No generar un clima frío en el que la persona se sienta cohibida o se muestre reacio a expresar sus pensamientos. Todo lo contrario, se intenta que crear una situación de máximo confort en los que los mismos puedan desarrollar la entrevista con fluidez.

Los lugares donde se desarrollan las entrevistas son entornos en que anteriormente se han desarrollado conversaciones con fluidez entre estos usuarios y otros no entrevistados, por lo que no es un entorno que retraiga al mismo. A diferencia de una conversación normal entre dos personas, en la entrevista, como entrevistador debo tener que abstenerme de expresar mis opiniones de las respuestas que me aporten o de cualquier otro aspecto de la temática. Ya que esto implicaría que se pueda desvirtuar las respuestas del individuo, o se puede dar el caso que tenga la sensación de imposición de respuestas a la hora de hablar, por lo que, esta acción no tomaría la trayectoria estimada siendo triviales los resultados además que más que denotada la pérdida de tiempo. Se puede reconducir la conversación para poder sacar más datos pero nunca reafirmarnos en la misma. No seríamos imparciales.

Al igual que en la observación participante, las entrevistas requieren capacidad para relacionarse con otros, lo que viene a ser lo que llamamos *don de gentes*. Es importante la capacidad de relacionarse y de mantener conversaciones de un investigador, ya que eso le facilita en gran medida unos buenos resultados. La introversión avivaría la llama de la desconfianza y generaría una entrevista pobre, muy poco dinámica y paupérrima.

El *feedback* entre los dos se ha mantenido en todas las entrevistas sin ningún corte, teniendo consecuencias como la pérdida de tiempo en que nos cuenten cosas que no nos interesan para la recopilación de nuestras ideas, pero he creído que eso contribuye a aumentar la comodidad del usuario así como un clima discernido. Cuando la persona ha conseguido tener una fluidez mínima en su declaración, he dejado que la conversación siguiera, ¿para qué parar la conversación si nos interesa lo que dice? Para reforzar esta situación se han insertado de forma natural preguntas que reconduzcan la conversación pero a la vez que no rompa el hilo de la conversación del hablante. Esta inserción se ha realizado a medida que se desarrollaba la entrevista, y posteriormente, añadido en mi cuaderno de bitácoras.

Puesto que las entrevistas no las he grabado, mientras escuchaba en las respuestas no he caído en la tentación de mi mente desconectara por la seguridad de que se estaba grabando. La razón

³¹ Deutscher, I.: "Looking backward: Case studies on the progress of methodology in sociological research", The American Sociologist, 4 (febrero), 34-42, 1969.

de no grabarlas es para mantener el clima de confianza que se ha ido construyendo para conseguir los mejores resultados que estén en mi mano. Para evitar ese estado de desconexión apunto todos los datos importantes de la entrevista. Palabras claves que me hará poder recordar todas y cada unas de las conversaciones. Evito que el usuario se *enfríe* en su conversación mientras escribo.

En cuanto a esta metodología he llegado a la conclusión de que no hay ninguna fórmula exacta para crear la entrevista perfecta, creo que los factores entorno, forma de ser del entrevistado y clima de conversación son cruciales para la obtención de más o menos información.

“Si es que existe una regla para esta forma de investigación, ella podría reducirse a un enunciado tan simple como “prestar atención”. Prestar atención a lo que la persona hace, dice y siente; prestar atención a lo que es evocado en esas conversaciones y percepciones, en particular cuando nuestra mente vaga muy lejos; finalmente, prestar atención a las respuestas de aquellos que, a través de nuestro trabajo, podrían oír a estas personas. Prestar atención implica abrirse; no de una manera de abrirse en especial o metafísica, sino simplemente la observación de uno mismo, la autoconciencia, la creencia de que todo lo que uno toma del exterior y experimenta en su interior es digno de consideración y esencial para comprender y respetar a aquellos con quienes nos encontramos³² (Thomas Cottle,1973) “

³² Cottle, T. J. (1973). The Voices of School: Educational Issues through Personal Accounts. Pag 73-74

BLOQUE IV USABILIDAD y ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN

4.1 Introducción.

La usabilidad y la accesibilidad, son dos factores de evaluación que tenemos como primer término en la realización de este estudio. Sin embargo, para la sociedad en general, son dos términos que no se encuentran claramente definidos, por lo que en muchos casos se dan situaciones de confusión o uso incorrecto de su aplicación.

Por ello, antes de proseguir, es imprescindible que definamos estos conceptos y exponamos sus diferencias entre ellos.

Y una vez que exponga esta definición, justificaré el uso de ambos conceptos aplicados al flujo de información y a un determinado público objetivo que se encuentra dentro de este caudal informativo.

4.2 Definición

Antes de comenzar con las definiciones de los conceptos protagonistas de este estudio, es bastante importante que hagamos una breve parada.

Como antes he expuesto, existe una confusión general, tanto en concepto como en aplicación, por ello comenzar a hablar de palabras como “estándares”, “ISO”, “normas” sin saber claramente que es lo que son, podría generar más confusión de la que puede existir. Son terminologías que se van a utilizar en bastantes ocasiones a lo largo de este estudio. Por ello es conveniente, tomarnos unos párrafos para explicar brevemente este tipo de conceptos.

La palabra “estándar” es definida por la Organización Internacional de Estandarización³³ (ISO) como:

“Es un documento establecido por consenso y aprobado por una institución reconocida, que prevé, para uso común y repetido, reglas, directrices y características para actividades o sus resultados, encaminada a la consecución del grado óptimo de definición en un contexto dado. Nota: las normas deben basarse en los resultados consolidados de la ciencia, la tecnología y la experiencia, y tener por finalidad promover beneficios óptimos”

³³ <http://www.iso.org>

Existen tres tipos de estándares:

- *Estándar no Oficial.*

Son aquellos que son promulgados por comités guiados por una entidad, organismo o compañía, se usan por voluntad propia o conveniencia y tienen una amplia aceptación, aunque no hayan sido sancionados por un organismo de estandarización.

El caso más claro es el del World Wide Web Consortium³⁴ (W3C) que integra estándares ampliamente aceptados y que a veces pasan a ser reconocidos como estándares oficiales (un ejemplo de esto podría ser la Norma UNE 139803³⁵ que se basa en las WCAG del W3C; existen otros países en que la legislación establece que los sitios web cumplan con las WCAG)

- *Estándar oficial.*

Los estándares oficiales son aquellos que han sido aprobados y revisados por organismos oficiales de estandarización.

Los organismos oficiales de estandarización podemos encontrar:

- A nivel nacional, tenemos a AENOR³⁶ (Asociación Española de Normalización y Certificación) quien con sus comités técnicos elaboran sus normativas técnicas ³⁷(UNE)
- A nivel europeo, tenemos el Comité Europeo de Normalización³⁸ (CEN)
- A nivel internacional, la Organización Internacional de Estandarización compuesta por distintos representantes de los organismos de normalización de las naciones, produce normas internacionales industriales y comerciales. A estas normas se les denomina como normas ISO

La obligatoriedad de su uso de los estándares oficiales es lo que haga que esos procesos o productos estén certificados con una cierta garantía de calidad.

Tenemos en nuestro país el caso de que no se puede hacer referencia en la legislación a estándares que no provengan de un organismo oficial de estandarización. En España si

³⁴ www.w3c.es/

³⁵ Normativa UNE 139803. Esta norma establece las características que han de cumplir los contenidos disponibles mediante tecnologías web en Internet, intranets y otro tipo de redes informáticas, para que puedan ser utilizados por la mayor parte de las personas, incluyendo personas con discapacidad y personas de edad avanzada, de forma autónoma o mediante las ayudas técnicas pertinentes.
<http://www.inteco.es/file/rWv1Oqb051U>

³⁶ www.aenor.es/

³⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Norma_UNE

³⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Comité_Europeo_de_Normalización

vistamos la página de INTECO³⁹ es obligatorio por ley que determinados tipos de sitios web cumplan con la Norma UNE 139803 que asegure su accesibilidad.

El uso de estos estándares hace que el proceso o producto este certificado con una cierta garantía de calidad.

- *Estándar propietario de una corporación o entidad.*

Son estándares que su uso es únicamente a nivel interno dentro de una corporación o entidad, así como también su reconocimiento tiene en mismo ámbito. Estos se usan en casos muy concretos en los que no se ha creado ninguna normativa

Una vez aclarado esto, prosigamos con las definiciones de usabilidad y accesibilidad.

4.2.1 Usabilidad

El término de usabilidad viene de origen anglicano cuya traducción es "facilidad de uso". Hay autores como Bevan, Kirakowski, y Maissel (1991)⁴⁰ que afirman que su origen significativo podría ser de la expresión "user friendly". Al importar este termino al castellano, su significado no es muy conciso ni concreto. De hecho por ello, si accedemos a la Real Academia de la Lengua Española (RAE)⁴¹ podremos ver que no existe el término de usabilidad. Si bien los filólogos hispánicos consultados coinciden en afirmar que el término puede ser creado en la lengua castellana, su acepción no está clara. En castellano significa capacidad de uso, es decir, la característica que distingue a los objetos diseñados para su utilización de los que no. Sin embargo la acepción inglesa es más amplia y se refiere a la facilidad o nivel de uso, es decir, al grado en el que el diseño de un objeto facilita o dificulta su manejo

La mayoría de los autores que he estado leyendo su bibliografía han propuesto diversas definiciones de usabilidad, pero todos coinciden en que consiguen esta definición a través de la enumeración de los diferentes atributos o factores mediante los que puede ser evaluada, pero al final si que depende de cada definición del enfoque con el que pretende ser evaluada⁴². Además se basan en la idea de grado facilidad con que las personas pueden utilizar una herramienta particular o cualquier otro objeto creado por el ser humano con el fin de alcanzar un objetivo concreto. Y que puede referirse al estudio de los orígenes que hay tras la eficacia percibida de un objeto.

Otro autor es Jakob Nielsen⁴³, considerado como el padre de la usabilidad, definió la usabilidad como

³⁹ <http://www.inteco.es/>

⁴⁰ Bevan, N.; Kirakowski, J.; Maissel, J. (1991). What is Usability?. Proceedings of the 4th International Conference on HCI, Stuttgart, September 1991. Elsevier.

⁴¹ <http://www.rae.es/>

⁴² Folmer, E., Bosch, J. (2004). Architecting for usability: a survey. En: Journal of Systems and Software. Febrero 2004, v. 70, n. 1-2. pp. 61-78.

⁴³ http://es.wikipedia.org/wiki/Jakob_Nielsen

"el atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web. Es decir un sitio web usable es aquél en el que los usuarios pueden interactuar de la forma más fácil, cómoda, segura e inteligentemente posible"

En líneas generales, tener en cuenta el factor de usabilidad puede producir beneficios como:

- Reducción de los costes de aprendizaje.
- Disminución en la tasa de errores cometidos por el usuario y del re trabajo.
- Optimización de los costes de diseño, rediseño y mantenimiento.
- Aumento de la tasa de conversión de visitantes a clientes de un sitio web.
- Mejora la imagen y el prestigio.
- Mejora la calidad de vida de los usuarios, ya que reduce su estrés, incrementa la satisfacción y la productividad.
- Aumento de la satisfacción y comodidad del usuario.
- Disminución de los costes de asistencia y ayuda al usuario.

Por otra parte, tenemos una formalización de estas definiciones dentro de algunos estándares ISO, como son la ISO/IEC 9241, ISO 13407, ISO 14598 ISO/IEC 9126 y la actual, ISO/IEC 25000.

4.2.1.1 Definiciones de usabilidad en normativas.

4.2.1.1.1 Definiendo usabilidad desde la perspectiva del proceso. Normas ISO/IEC 9241 e ISO 13407

ISO/IEC 9241

A finales de la década de los noventa, en el año 1998 aparece la normativa número 9241⁴⁴ creada por la ISO y la IEC⁴⁵. Tiene como finalidad de regular la ergonomía y la usabilidad en la que se incorpora la terminología de la usabilidad poniendo como definición de la misma lo siguiente:

"Usabilidad es la eficacia, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico"

Como se puede apreciar es una definición enfocada en el concepto de calidad en el uso, es decir, se refiere a la forma en que el usuario realiza tareas específicas en escenarios concreto con un mínimo grado de efectividad.

Se puede considerar como la medida con la que un producto puede ser usado por ciertos usuarios con la finalidad de conseguir objetivos específicos con grados de efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso concreto.

Por tanto, los tres factores de calidad son:

- *Efectividad*: es la exactitud e integridad con la que los usuarios alcanzan los objetivos especificados, y por tanto implica la facilidad de aprendizaje, la ausencia de errores del sistema o la facilidad del mismo para ser recordado. Las métricas definidas son:

⁴⁴ http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_ics/catalogue_detail_ics.htm?csn_umber=50014&ICS1=35&ICS2=180

⁴⁵ http://www.iso.org/iso/iec_guides.pdf

- Número de llamadas de ayuda para soporte
 - Número de accesos a la ayuda
 - Número de errores de los usuarios tolerados
 - Número de funciones aprendidas
 - Porcentaje de usuarios capaces de aprender sus características
 - Porcentaje de errores corregidos o reportados por el sistema
 - Porcentaje de palabras leídas correctamente a una distancia de visualización normal
 - Número de tareas importantes realizadas
 - Porcentaje de funciones relevantes utilizadas
 - Porcentaje de tareas completadas con éxito al primer intento
 - Número de referencias a la documentación
- Eficiencia*: son recursos empleados (esfuerzo, tiempo, etc.) en relación con la exactitud e integridad con la que los usuarios alcanzan los objetivos especificados. Las métricas definidas son:
- Eficiencia relativa en comparación con un usuario experto
 - Tiempo empleado en el primer intento
 - Eficiencia relativa en el primer intento
 - Tiempo empleado en reaprender funciones
 - Número de errores persistentes
 - Tiempo productivo
 - Tiempo para aprender características
 - Tiempo para reaprender características
 - Eficiencia relativa durante el aprendizaje
 - Tiempo empleado en la corrección de errores
- Satisfacción: es un factor subjetivo que implica una actitud positiva en el uso del producto. Las métricas definidas son:
- Calificación del usuario sobre la facilidad de aprendizaje
 - Tasa de uso voluntario del producto
 - Calificación del usuario sobre el tratamiento de errores
 - Frecuencia de reutilización del producto
 - Calificación del usuario de su satisfacción con las características importantes

La ISO 9241-11⁴⁶ recomienda enfocar basándose en procesos para evaluar la usabilidad, a través

⁴⁶ http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=16883

del Diseño Centrado en el Usuario (DCU)⁴⁷. Por ello la ISO 9241 debe aplicarse en conjunto con la ISO 13407.

La ISO 9241-151:2008⁴⁸ hace referencia a la 9241-11 para la evaluación de criterios y a la ISO 13407 como guía de diseño centrado en el usuario, puesto que señala que el diseño de interfaces web debe seguir un proceso de DCU.

La nueva ISO 9241-210⁴⁹ ha sido sustituida al estándar internacional ISO 13407⁵⁰

Desde que nació en la década de los noventa se han sucedido cambios importantes en su estructura y se ha conseguido que su evolución se adapte a los nuevos mercados, sino también que garantice las características necesarias y deseables (calidad, seguridad, eficiencia, seguridad...) de miles de productos y servicios.

La nueva estructura acoge por tanto esta nueva numeración, la 210 que, entre otras cosas, destaca por modificar la forma de asegurar su seguimiento. Ya no se habla de recomendaciones sino de requisitos.

El autor Tom Stewart, presidente del comité ISO/TC159/SC4, responsable de estas y otras revisiones en torno a la ISO 9241 explica muy bien el cambio sufrido por la norma hasta adquirir el concepto de la serie 210.

“This is why I am excited about the recent publication of ISO 9241-210, the revision of the human-centred design standard ISO 13407. As I reported in October, the new standard remains largely unchanged, with one major exception. The four key human-centred design activities are no longer just recommendations; they are ‘requirements’. This means that people can now claim that they follow the ISO 9241-210 human centred design process.”

Hay cuatro actividades de los usuarios centrados en el diseño que necesita para comenzar en las primeras etapas de un proyecto. Estos son los siguientes:

- entender y especificar el contexto de uso
- especificar el usuario y los requisitos de organización
- producir soluciones de diseño
- evaluar los diseños de los requisitos.

La naturaleza interactiva de estas actividades se. El proceso consiste en interactuar hasta que los objetivos se cumplen.

⁴⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_centrado_en_el_usuario

⁴⁸ http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=37031

⁴⁹ http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=52075

⁵⁰ <http://zonecours.hec.ca/documents/A2007-1-1395534.NormeISO13407.pdf>

La secuencia en que éstas se llevan a cabo y el nivel de esfuerzo y de detalle que es apropiado varía dependiendo del entorno de diseño y la etapa del proceso de diseño.

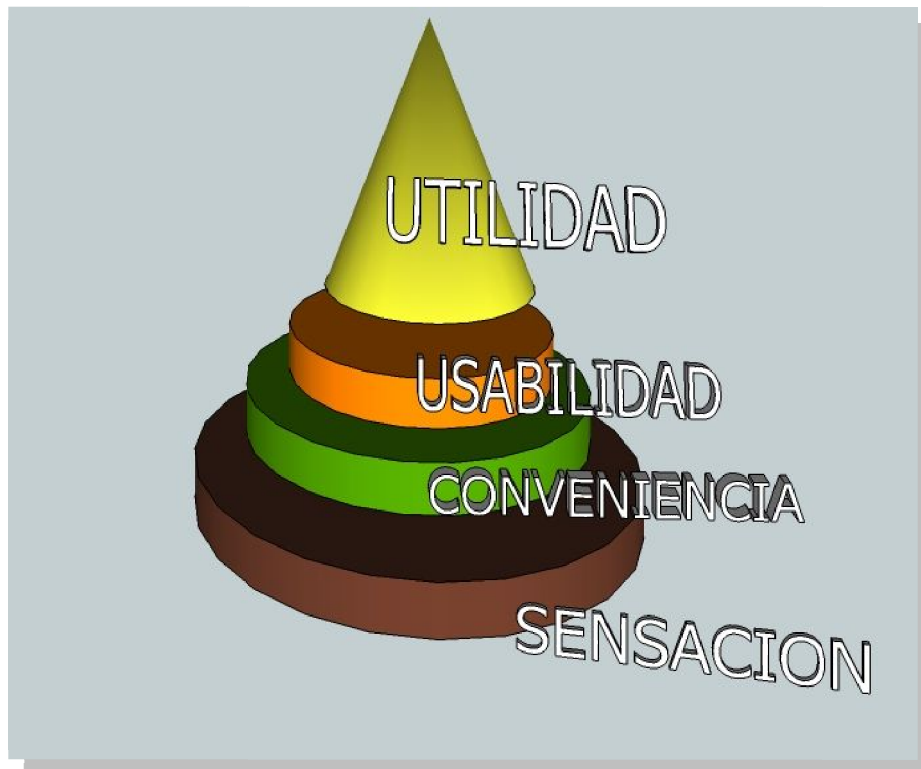


Figura 2: ISO/IEC 9241. Fuente: iso25000.com

Utilidad. Comienza siendo útil. Esto es útil para mí, esto encuentra mis necesidades.

Usabilidad. Funcionalmente, el usuario debe usarlo. Ser capaz de usarlo fácilmente.

Conveniencia. Me gusta la forma en el que producto se ve y se siente. Debe ser agradable.

Sensación. Esto ayuda a crear la experiencia de la marca. Mi sensación general (a un nivel abstracto) acerca del producto es buena.

La experiencia de usuario posee gran importancia en la nueva norma e iba a ser definido a partir de otros conceptos que ya habían sido abordados por el comité como usabilidad o interacción.

Como ya hemos indicado estas series de ISO/IEC 9241 deben aplicarse junto con la normativa ISO 13407⁵¹

ISO 13407

Esta normativa proporciona una guía en el logro de la calidad en uso mediante la incorporación de las actividades de diseño centradas en el usuario durante todo el ciclo de vida de los sistemas interactivos. En él se describe el diseño centrado en el usuario como una actividad

⁵¹ http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=21197

multidisciplinaria, que incorpora los factores humanos y los conocimientos y las técnicas de ergonomía con el objetivo de aumentar la eficacia y la productividad, la mejora de las condiciones de trabajo humanas y contrarrestar los posibles efectos adversos de su uso en la salud humana, la seguridad y el rendimiento.

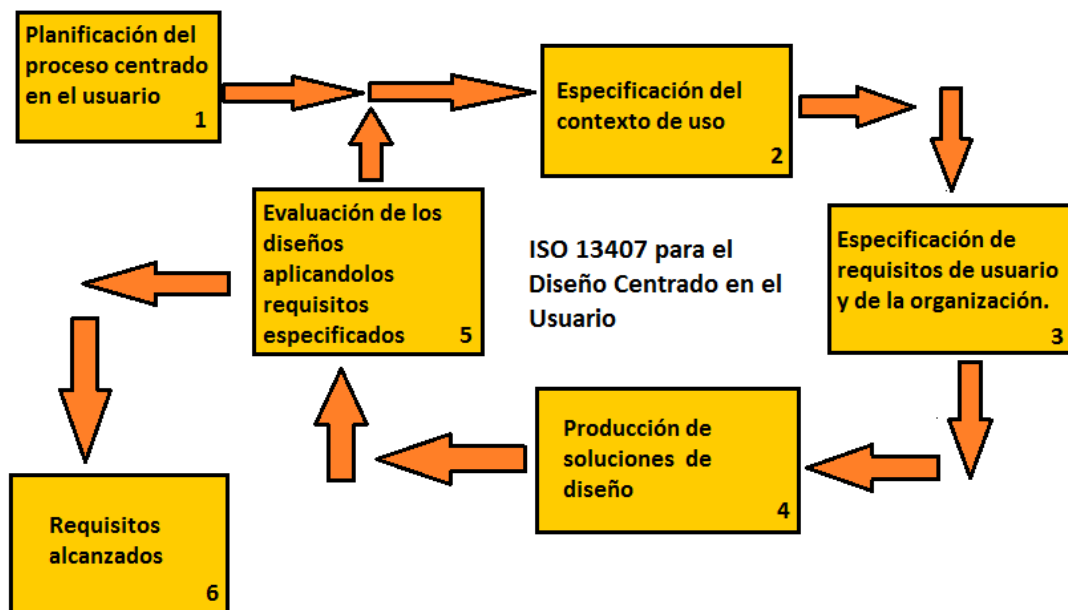


Figura 3: ISO/IEC 13407 Diseño centrado en el usuario. Fuente: Elaboración propia

4.2.1.1.2 Definiendo usabilidad desde la perspectiva del producto. Normas ISO/IEC 9126⁵² e ISO 14598⁵³

"La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso"

Con esta definición se destacan los atributos intrínsecos y extrínsecos del producto, que influyen en su funcionalidad y eficiencia. El grado de usabilidad es condicionado no sólo por el producto si no también por el usuario. La usabilidad no puede ser valorada estudiando un producto de manera aislada⁵⁴. El producto no es en si usable, sólo tendrá la propiedad de serlo en un contexto particular y por usuarios particulares.

⁵² <http://iso25000.com/index.php/iso-iec-9126.htm>

⁵³ <http://normasdelsoftwaresena2012.blogspot.com.es/p/norma-iso-14598.html>

⁵⁴ Bevan, N.; Kirakowski, J.; Maissel, J. (1991). What is Usability?. Proceedings of the 4th International Conference on HCI, Stuttgart, September 1991. Elsevier.

Si analizamos las características de esta norma podemos ver que influyen en aspectos que son considerados básicos en la usabilidad:

- *Facilidad de aprendizaje*: podríamos definirlo como la facilidad con la que un nuevo usuario alcanza una interacción máxima con el producto o sistema. Se relaciona con la síntesis de conceptos, predictibilidad en las acciones, familiaridad con el producto, conocimientos previos y la consistencia de lo aprendido.
- *Facilidad en su uso*: nivel de destreza con la que se hace uso de la herramienta, con menos pasos o más naturales a su formación específica. Esto está relacionado con el grado de eficacia y eficiencia de la herramienta.
- *Flexibilidad*. Describe el feedback entre el usuario y el sistema. Si existe un diálogo entre ambos en el que intercambien información.
- *Robustez*. Mide la cantidad de ayuda al usuario que optimice al máximo el cumplimiento de sus objetivos. Se relaciona con la actitud de observación del usuario, de recuperación de información y de ajuste de la tarea al usuario.

El estándar expone un modelo de calidad dividido en tres partes: interior, exterior y en uso. Estas partes están compuestas por características, estas se ramifican en que denominan sub-características, y que estas se ramifican a su vez se componen de atributos.

Estos atributos obtienen su graduación tras realizar mediciones sobre el producto o sistema. Esta graduación muestra una serie de métricas que se pueden englobar en tres categorías según sea su naturaleza:

- *Básicas*, que se obtienen directamente de analizar el código o la ejecución del software.
- *De agregación*, que consisten en la composición de una métrica a partir de un conjunto definido de métricas básicas, generalmente mediante una suma ponderada.
- *Derivadas* que son una función matemática que utiliza como entrada el valor de otras métricas.

El modelo establece diez características, seis que son comunes a las vistas interna y externa y cuatro que son propias de la vista en uso.

Características de la calidad interna y externa

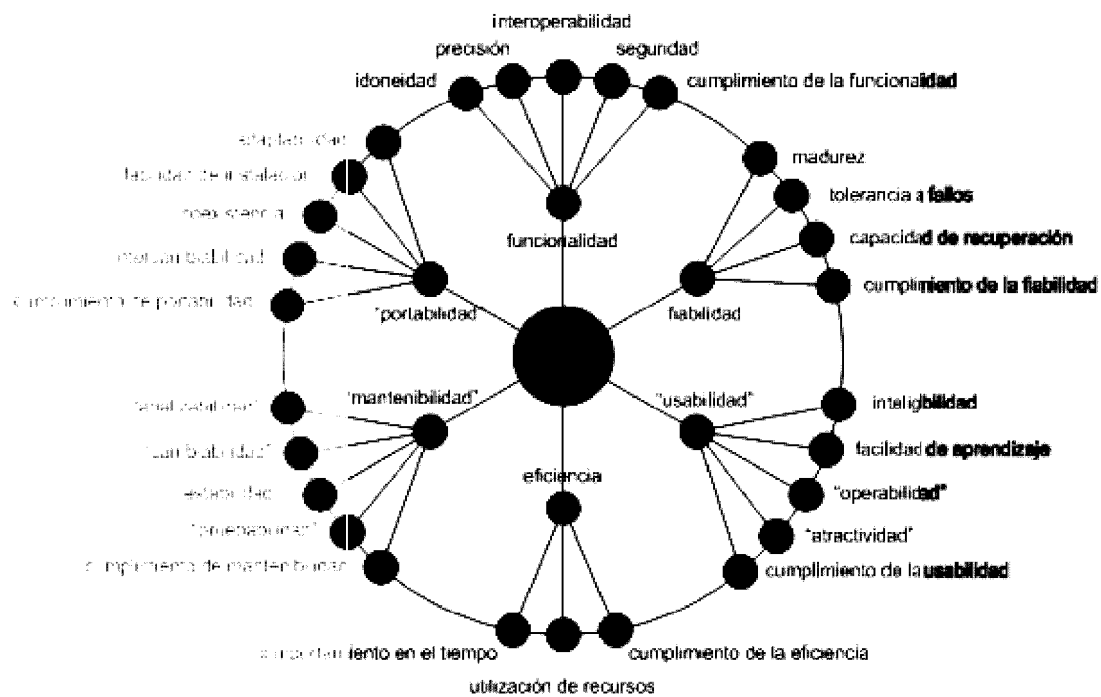


Figura 4: ISO/IEC 9126 Diseño centrado en el usuario.⁵⁵ Fuente: iso25000.com

- **Funcionalidad** es la capacidad del producto de ser proveedor de servicios necesarios para que tenga un funcionamiento correcto.
- **Fiabilidad** es la capacidad del producto de mantener las prestaciones requeridas del sistema, bajo unas condiciones de tiempo y unas condiciones definidas.
- **Usabilidad** es el nivel de esfuerzo que se requiere por parte del usuario para una utilización óptima del producto.
- **Eficiencia** es la característica que relaciona las prestaciones del software y los requisitos para su uso.
- **Consistencia** es el grado de adaptación a la aparición de nuevas especificaciones y requisitos del producto.
- **Portabilidad**, capacidad del producto ser transferido de un entorno a otro.

Características propias de la vista en uso

⁵⁵ <http://normaiso9126.blogspot.com.es/>

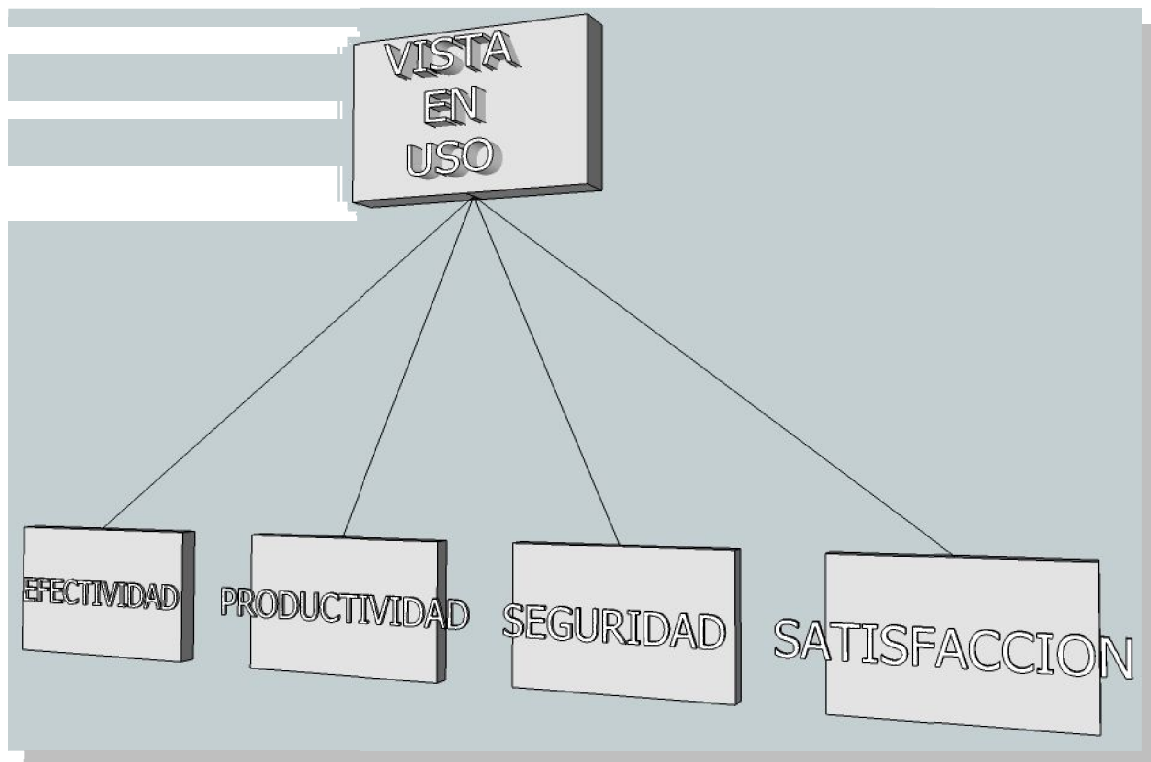


Figura 5: ISO 9126 Diseño centrado en el usuario. Fuente: iso25000.com

- *Efectividad*, específica el nivel en el que el producto facilita al usuario alcanzar objetivos con precisión y completitud.
- *Productividad* relaciona los recursos que usa el usuario con la efectividad obtenida.
- *Seguridad*. Nos advierte los riesgos físicos y datos.
- *Satisfacción* nos indicará la satisfacción del usuario al conseguir sus objetivos dentro de un entorno específico

4.2.1.1.3 Usabilidad en la ISO/IEC 25000

La norma ISO/IEC 25000⁵⁶, respecto a calidad de uso, proporciona una guía para el uso de las nuevas series de estándares internacionales, a los que se les llama Requisitos y Evaluación de Calidad de Productos (SQuaRE). Todo ello proviene de las normas ISO 9126 y en la ISO 14598⁵⁷ (Evaluación del Software), y su objetivo principal es conducir el desarrollo de los productos con la especificación y evaluación de requisitos de calidad. Establece criterios para la especificación de requisitos de calidad de productos, sus métricas y su evaluación. Está formada por las divisiones siguientes:

⁵⁶ <http://iso25000.com>

⁵⁷ http://www.ecured.cu/index.php/Norma_ISO/IEC_14598

- *ISO/IEC 2500n (Gestión de calidad)*. Los estándares que forman esta división definen todos los modelos comunes, términos y referencias a los que se alude en las demás divisiones de SQuaRE.
- *ISO/IEC 2501n (Modelo de calidad)*. Presenta un modelo de calidad detallado, incluyendo características para la calidad interna, externa y en uso.
- *ISO/IEC 2502n. (Mediciones de calidad)*. Incluyen un modelo de referencia de calidad del producto, definiciones matemáticas de las métricas de calidad y una guía práctica para su aplicación. Nos muestra aplicaciones de métricas para la calidad de software interna, externa y en uso.
- *ISO/IEC 2503n. Requisitos de calidad*. Los estándares que forman parte de esta división ayudan a especificar los requisitos de calidad. Estos requisitos pueden ser usados en el proceso de especificación de requisitos de calidad para un producto software que va a ser desarrollado ó como entrada para un proceso de evaluación. El proceso de definición de requisitos se guía por el establecido en la norma ISO/IEC 15288 (ISO, 2003).
- *ISO/IEC 2504n. Evaluación de la calidad*. Estos estándares proporcionan requisitos, recomendaciones y guías para la evaluación de un producto software, tanto si la llevan a cabo evaluadores, como clientes o desarrolladores.
- *ISO/IEC 25050–25099. Estándares de extensión SQuaRE*. Incluyen requisitos para la calidad de productos de software “Off-The-Self” y para el formato común de la industria (CIF) para informes de usabilidad.

La norma ISO 25000 se ha desarrollado por el subcomité SC 7 (Ingeniería de software y sistemas) del Comité Técnico Conjunto ISO/IEC JTC 1.

Como ya he comentado antes la norma ISO 25000 se ha desarrollado por una parte por la ISO/IEC 9126, y por ello, también nos ofrece tres vistas en el estudio de la calidad de un producto:

- *Vista interna*: Se ocupa de las propiedades del producto como: el tamaño, la complejidad o la conformidad con las normas de orientación a objetos. Se utiliza desde las primeras fases del desarrollo, permitiendo detectar deficiencias en el software en edades muy tempranas del ciclo de vida del software.
- *Vista externa*: Analiza el comportamiento del producto en producción y estudia sus atributos, por ejemplo: el rendimiento de un software en una máquina determinada, el uso de memoria de un programa o el tiempo de funcionamiento entre fallos. Esta necesita que el producto este completo y se utilizará por tanto en el pase a producción del producto, siendo muy dependiente de la máquina donde se ejecute.
- *Vista en uso*: Nos ofrece una graduación de la productividad y efectividad del usuario final al utilizarlo. Estudia el producto software finalizado será dependiente del usuario y estará condicionada a los factores personales del mismo.

Las vistas ofrecen un interrelacionado entre si, afectando los valores de la vista interna a los de la vista externa y los de la vista externa a los de la vista en uso.

La serie ISO 25000 no nos ofrece una dictadura de niveles de calidad deseables para cada proyecto, pero nos recomienda que los requisitos de calidad tengan una proporción correcta a las necesidades de la aplicación y lo crítico que sea el correcto funcionamiento del sistema implementado.

Aunque las normas ISO/IEC 9126 y 25000 establecen cuáles son las características de la calidad de un producto software y sus sub-características, no indica qué medidas de calidad indican una sub-característica.

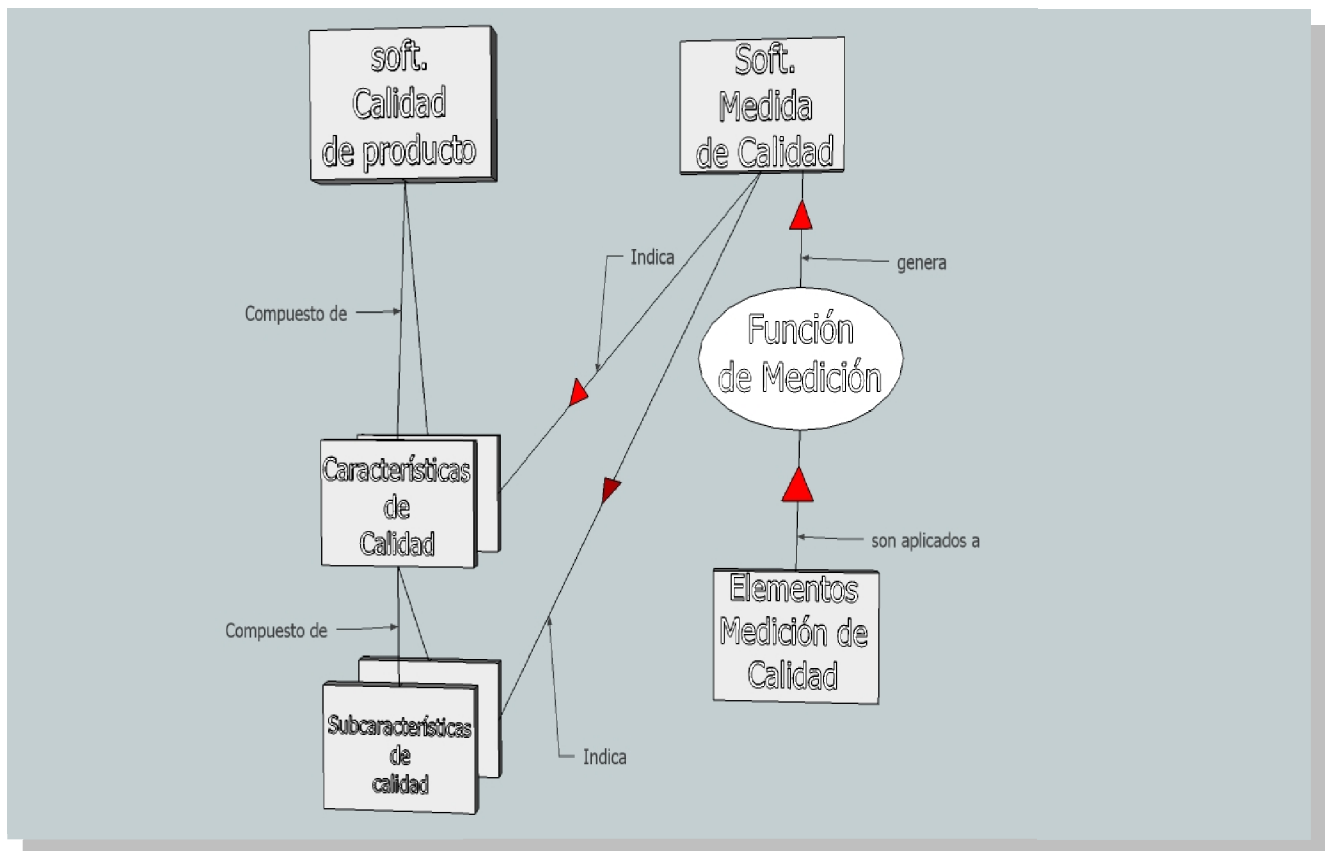


Figura 6. ISO 25000.Fuente: iso25000.com

Por tanto, para finalizar esta definición de usabilidad, tenemos por un lado que en todas las definiciones que he aportado hasta ahora tienen unos puntos en común. Estos puntos son que la usabilidad debe ser entendida siempre en relación con la forma y condiciones de uso por parte de

los usuarios, así como las características y necesidades propias de los usuarios, y tienen en cuenta la experiencia del mismo. Por otro lado, para poder estudiar el grado de usabilidad de la información habrá que basarse en los métodos actuales de chequeo (checklist) de las normativas, además de otras que se han añadido para la valoración de ese uso de información tanto en las fuentes como en su producción.

Para el estudio que llevo a cabo, me tengo que decantar por una definición que se ajuste a concepto de estudio sobre las normativas expuestas. Por ello, he elegido a la serie *ISO 9241* aplicadas junto a la *ISO 13407*, para un modelo de Diseño Centrado en el Usuario. Al margen que es el conjunto de normativas que se ajusta más al objetivo, también debemos tener en cuenta el gran abanico de ámbitos de aplicación, debido a la posesión de una larga trayectoria y una base teórica más sólida y experta.

4.2.2. Accesibilidad

A parte de la usabilidad, otro punto que estamos evaluando en este estudio es la accesibilidad. Pero para poder evaluarla correctamente debemos comprenderla a través de sus definiciones y las normativas pertinentes.

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) define *accesibilidad* como “cualidad de accesible”, y *accesible* como “de fácil acceso o trato” o “de fácil comprensión, inteligible”. A pesar que este significado le confiere un carácter abstracto al concepto de accesibilidad, al expresar una interacción entre el entorno y la persona, su uso ha adquirido un matiz más particular y reivindicativo, utilizado en los últimos años para reclamar el derecho de las personas a interactuar con su entorno de forma fácil, cómoda y eficaz, y en igualdad de condiciones, independientemente de las características de cada persona.

Desde los comienzos, el concepto de accesibilidad se ha relacionado con la definición de discapacidad. Ya en 1993, antes de esta gran expansión que han sufrido las tecnologías de la información y las redes de comunicaciones, en la norma número 5 de las Normas Uniformes sobre la Igualdad de Oportunidades para las personas con discapacidad⁵⁸, el término accesibilidad hace referencia a las condiciones ambientales y materiales y a los servicios de información y comunicación, formulando unas directivas útiles para las posteriores políticas relacionadas con la discapacidad. En la resolución 52/82 de 1997⁵⁹, la *Asamblea General* indicaba que la accesibilidad es un punto prioritario en la promoción de la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad. La *normativa ISO/TC 16027*⁶⁰ define *accesibilidad* como “la facilidad de uso de forma eficiente, eficaz y satisfactoria de un producto, servicio, entorno o instrumento por personas que poseen diferentes capacidades”.

⁵⁸ <http://www.un.org/esa/socdev/enable/dissres3.htm>

⁵⁹ Asamblea General de NACIONES UNIDAS, "Resolución aprobada por la Asamblea General 52/82. Aplicación del Programa de Acción Mundial para los Impedidos: Hacia una sociedad para todos en el siglo XXI," 1998.

⁶⁰ http://www.inteco.es/wikiAction/Security/Observatory/security_legal_office/Encyclopaedia/Articles/Accesibilidad_8

Finalmente, en el Artículo 9 de *la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad* se consagra el término *accesibilidad* como uno de los ocho principios generales del tratado. En el Preámbulo de la misma, se incide en que la accesibilidad permite salvar los obstáculos morales y físicos que impiden a los ciudadanos participar plena y efectivamente en la sociedad en condiciones de igualdad con todos los demás. Asimismo en el Artículo 4 se manifiesta la obligación de promover un diseño universal de bienes, servicios, equipos e instalaciones. La accesibilidad está presente en todos los aspectos de la vida, en el empleo, el hogar, la educación, el transporte, los servicios sociales, el comercio, el ocio, etc. Por ello, es un aspecto que debe estar presente en todas las fases del desarrollo de un nuevo proyecto, servicio o producto, teniendo en cuenta que las mejoras de accesibilidad no sólo benefician a las personas con discapacidad, sino que aumentan el bienestar de todos los ciudadanos. El *Libro blanco de I+D+i al servicio de las personas con discapacidad y las personas mayores*⁶¹ denomina productos accesibles a “aquellos productos fabricados y destinados al consumidor en general y que pueden ser utilizados por las personas con discapacidad y mayores sin necesidad de utilizar dispositivos de acceso”.

Creo que con todo lo anterior podemos definir la accesibilidad como la *posibilidad de que un producto o servicio pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indiferentemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso.*

En la definición, 'las limitaciones propias del individuo' no solo se enmarca en aquellas representadas por discapacidades, sino también se incluyen otras como pueden ser el idioma, conocimientos o experiencia.

Además, la accesibilidad no sólo implica la necesidad de facilitar acceso, sino también la de facilitar el uso.

4.2.2.1 Diversidad

A partir de este punto, creo muy conveniente llamar diversidad a lo que hace un tiempo se le denominaba discapacidad, ya que desde los comités celebrados sobre el sector recomiendan el uso correcto con esta terminología. Y efectivamente, creo que es más preciso hablar con este término, aplicándolo a lo diverso, lo diferente. Esta diferencia es la que ha llevado y aún lo hace, a definir, proponer, trabajar sobre aquello que consideramos acertadamente diferente y sobre todo, creyendo que a partir de esa categoría existen otras personas que no lo son. Al considerar al otro como diferente dejamos entrever que hay algún otro no diferente, o más parecido. Vivimos buscándonos en los parecidos y siendo con ellos, a través de ellos y a partir de los miembros de este sector. Cuando la diversidad se nos muestra ante nosotros, cuando se impone, cuando no se puede negar, algo nos sucede, en principio algo es diferente. Incluso las diferencias en las similitudes muchas veces nos sacuden, nos llaman la atención, a veces para después sentirnos atraídos o para querer alejarnos.

⁶¹ Asamblea General de NACIONES UNIDAS, "Resolución aprobada por la Asamblea General 52/82. Aplicación del Programa de Acción Mundial para los Impedidos: Hacia una sociedad para todos en el siglo XXI," 1998.

Se puede llegar a interpretar como “discapacidad” como la característica fuera de lo esperable, que está presente en y entre todos nosotros, en tanto personas. En la línea de lo dicho hasta ahora, creo que es más claro considerar la “Diversidad” como aquello presente en el encuentro con otro, no en el otro o en mí exclusivamente, sino como una presencia más en el encuentro. De esta manera nos alejamos de la tendencia a ubicar la discapacidad, diferencia, deficiencia... específicamente en alguno de los dos. En principio por el impacto que nos produce la alteridad y en segundo lugar por la presencia de la misma como posibilidad en tanto humanos, como potencia y en acto.

Ocuparse de la discapacidad requiere desubicarla, considerarla en uno, dejar de verse como ajeno a la misma. Esto favorece la conciencia y conexión con nuestras propias limitaciones, haciéndoles lugar y evitando su aparición por sorpresa, que irrumpe y muchas veces nos lleva a tener acciones a la defensiva. Y en esta acción defensiva nos encontramos entonces, catalogando y definiendo la diversidad como patología, poniéndole nombre, encuadrando, ubicando y/o designando, atentando contra nuestra integridad, justamente lo que queremos cuidar, y perpetuando la polaridad. (sano-enfermo, oyente-sordo). Transformamos la diferencia en un elemento para establecer alguna jerarquización que nos condiciona y limita.

4.2.2.2 Brecha digital

Una vez expuesta las definiciones de accesibilidad y diversidad, vamos a mirar atrás en el tiempo para ver como se ha desarrollado la evolución de accesibilidad que se solía aplicar en primer término sobre aplicaciones web hasta la situación actual.

En los inicios, y teniendo en cuenta el surgimiento de la World Wide Web, el aumento exponencial de su uso, han dado como resultado un gran cambio en cuanto a la difusión y disponibilidad de la información, las limitaciones y el mal uso por parte de los diseñadores de las tecnologías de acceso a la información, están dando lugar a situaciones de nulidad de acceso a la información por parte de aquellos usuarios con alguna diversidad.

Este fenómeno, que viene a agravar la denominada brecha digital, supone la discriminación de una gran parte del total de usuarios⁶² el porcentaje de ciudadanos en España con algún tipo de diversidad se estima en el 9%; aunque estudios llevados a cabo sobre la población de Estados Unidos⁶³ hace que supere el doble de este porcentaje, un 20%. En contraposición, como demuestran numerosos estudios sobre evaluación de accesibilidad de sitios web^{64 65}, la mayoría de los sitios presentan numerosas barreras de accesibilidad, por lo que resulta de inmediata necesidad la puesta en marcha de medidas que terminen con esta situación, para lo que es

⁶² INE. (2002). Encuestas sobre discapacidades, deficiencias y estado de la salud. En: Notas de Prensa. 5 de Junio 2002. Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np249.doc>

⁶³ US Census Bureau (1997). Census brief: disabilities affect one-fifth of all Americans. Diciembre de 1997. Disponible en: www.census.gov/prod/3/97pubs/cenbr975.pdf

⁶⁴ Jackson-Sanborn, Emily et al.(2002). Web site accessibility: a study of six genres. En: Library Hi-Tech, Volume 20, nº 3, pp.308-317. Disponible en: <http://www.emeraldinsight.com/0737-8831.htm>

⁶⁵ Sullivan, T., Matson, R. (2000). Barriers to Use: Usability and Content Accessibility on the Web's Most Popular Sites. Proceedings of the Conference of Universal Usability 2000. Disponible en: <http://www.pantos.org/ts/papers/BarriersToUse.pdf>

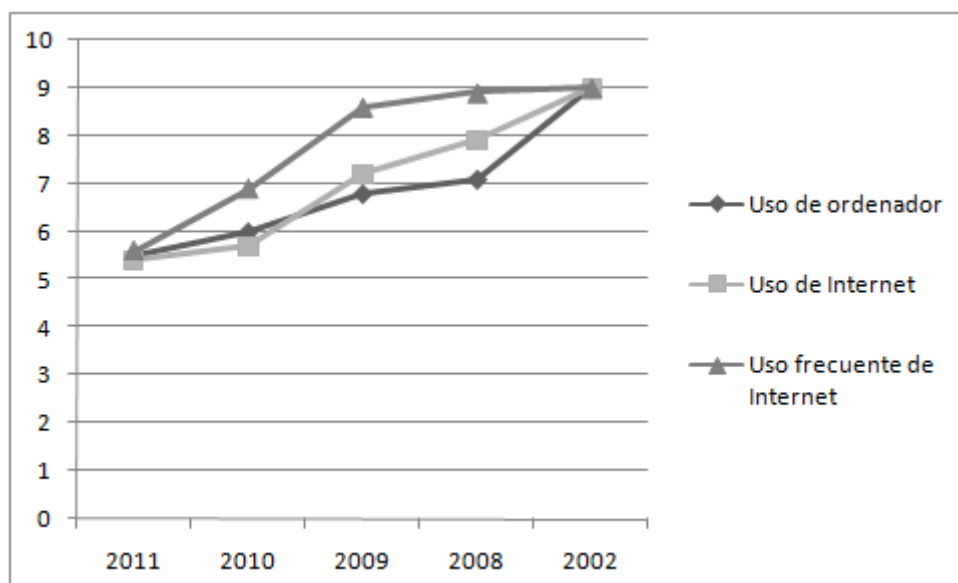
necesaria la participación tanto de usuarios, administraciones, desarrolladores, organizaciones e investigadores.

La obsolescencia tanto en cifras como en definiciones de diversidad dentro de los problemas de accesibilidad respecto a la actualidad es patente, pero he creído necesario exponerlos de cara a justificar que ya existían en el pasado y que se han sufrido mejoras y metamorfosis en la actualidad.

	2011	2010	2009	2008
Uso de ordenador	5,5	6	6,8	7,1
Uso de Internet	5,4	5,7	7,2	7,9
Uso frecuente de Internet	5,6	6,9	8,6	8,9

Tabla 1. Brecha digital según uso de tecnologías y periodo. Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

Como podemos ver en los datos que proporciona el INE en la *tabla 1*, el porcentaje de brecha digital se ha reducido un 45% desde el 2002. También se observa que tiene un gran descenso en los tres últimos años. Esto implica que cada vez el uso de las nuevas tecnologías, incluido el uso de la Internet, experimenta un aumento. Si nos encontráramos en los resultados en los que el porcentaje de esta brecha se mantuviese o aumentase, seguramente estaríamos delante de problemas de accesibilidad que deberíamos estudiar con detenimiento.



Gráfica 7. Evolución de la brecha digital desde el 2002 al 2011. Fuente: INE

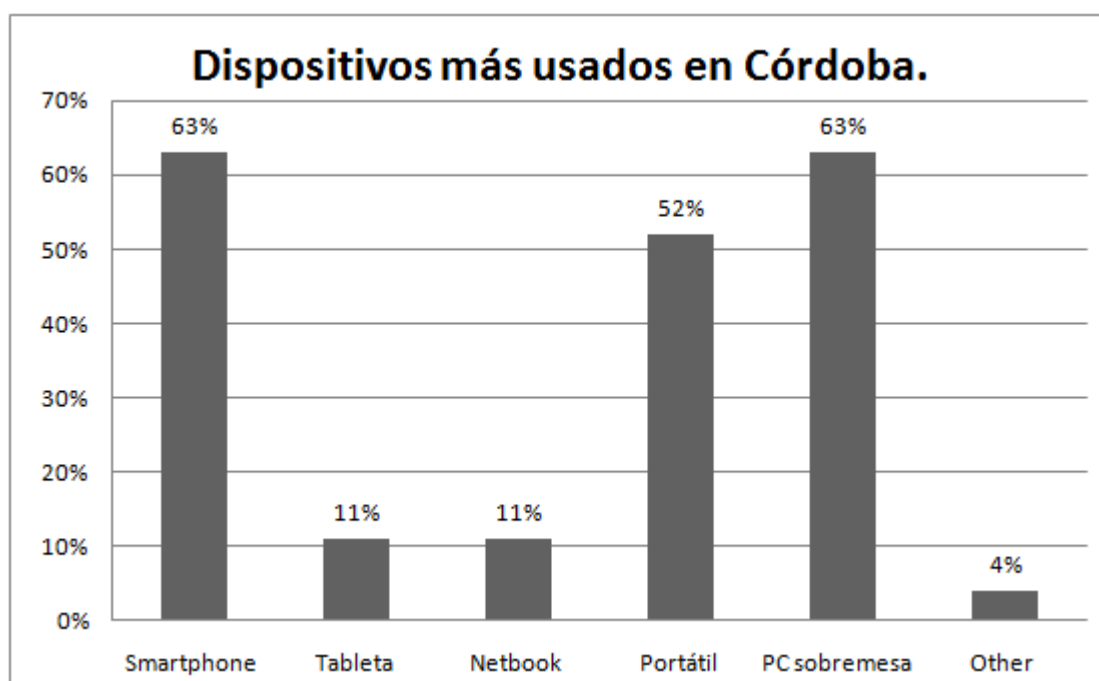
Puesto que mi estudio está delimitado dentro de un sector profesional y un determinado ámbito geográfico, voy a proceder a exponer las estadísticas que se han generado a partir de las metodologías aplicadas que se presentan en el perfil del periodista dos casos:

- *El caso de Córdoba.*

Como puede verse, el uso de tecnologías de la información queda bastante patente, siendo los dispositivos más usados el teléfono móvil y el PC de sobremesa.

Teléfono móvil (con internet)/Smartphone	63%
Tableta	11%
Netbook	11%
Portátil	52%
PC sobremesa	63%
Other	4%

Tabla 2. Dispositivos más usados en Córdoba. Fuente: Elaboración propia

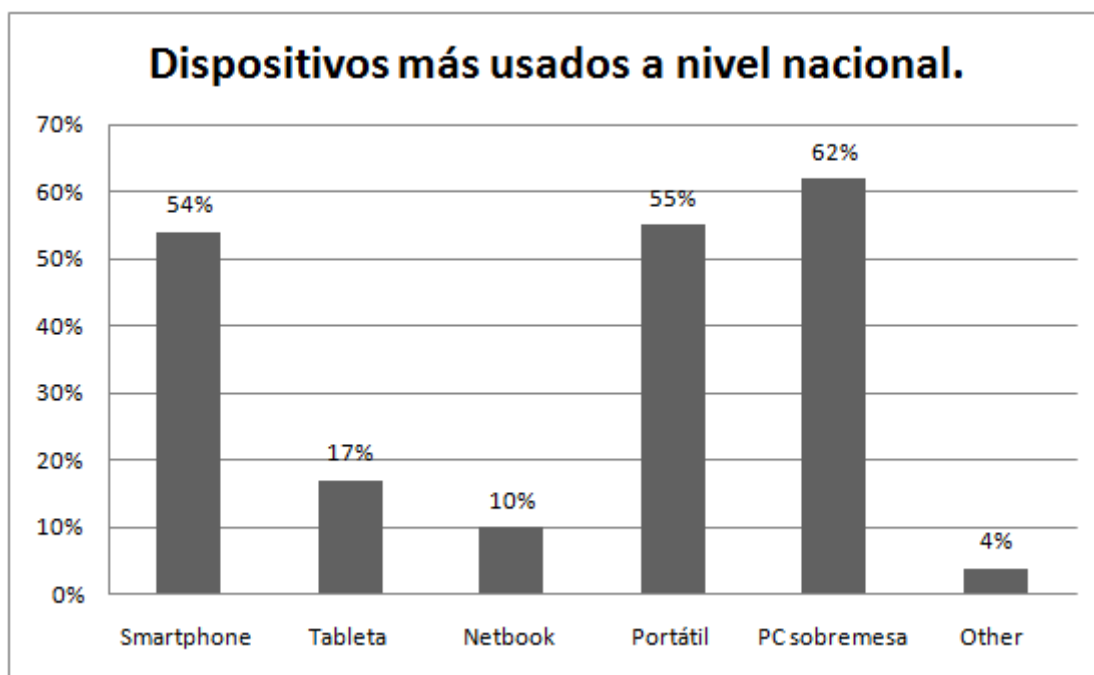


Gráfica 8 .Dispositivo más usado. Fuente: Elaboración propia

-El resto del país. En este caso el Smartphone, pasa a un tercer lugar, siendo el portátil y el PC de sobremesa los más utilizados para el acceso a la Información.

Teléfono móvil (con internet)/Smartphone	54%
Tableta	17%
Netbook	10%
Portátil	55%
PC sobremesa	62%
Other	4%

Tabla 3. Dispositivos más usados a nivel nacional. Elaboración propia.



Gráfica 9. Dispositivos más usados a nivel nacional. Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.3 Clases de limitaciones de accesibilidad

Ya planteados la evolución estadística de brecha digital en cuanto al uso y acceso de nuevas tecnologías de la información tanto en el perfil profesional protagonista en este estudio, como en otros perfiles, dentro y fuera de la delimitación geográfica que nos conlleva, vamos a ver que clase de limitaciones de acceso podemos encontrarnos posibles causantes de no cierre de la brecha o de que no aumente con más agilidad el porcentaje de uso y accesibilidad.

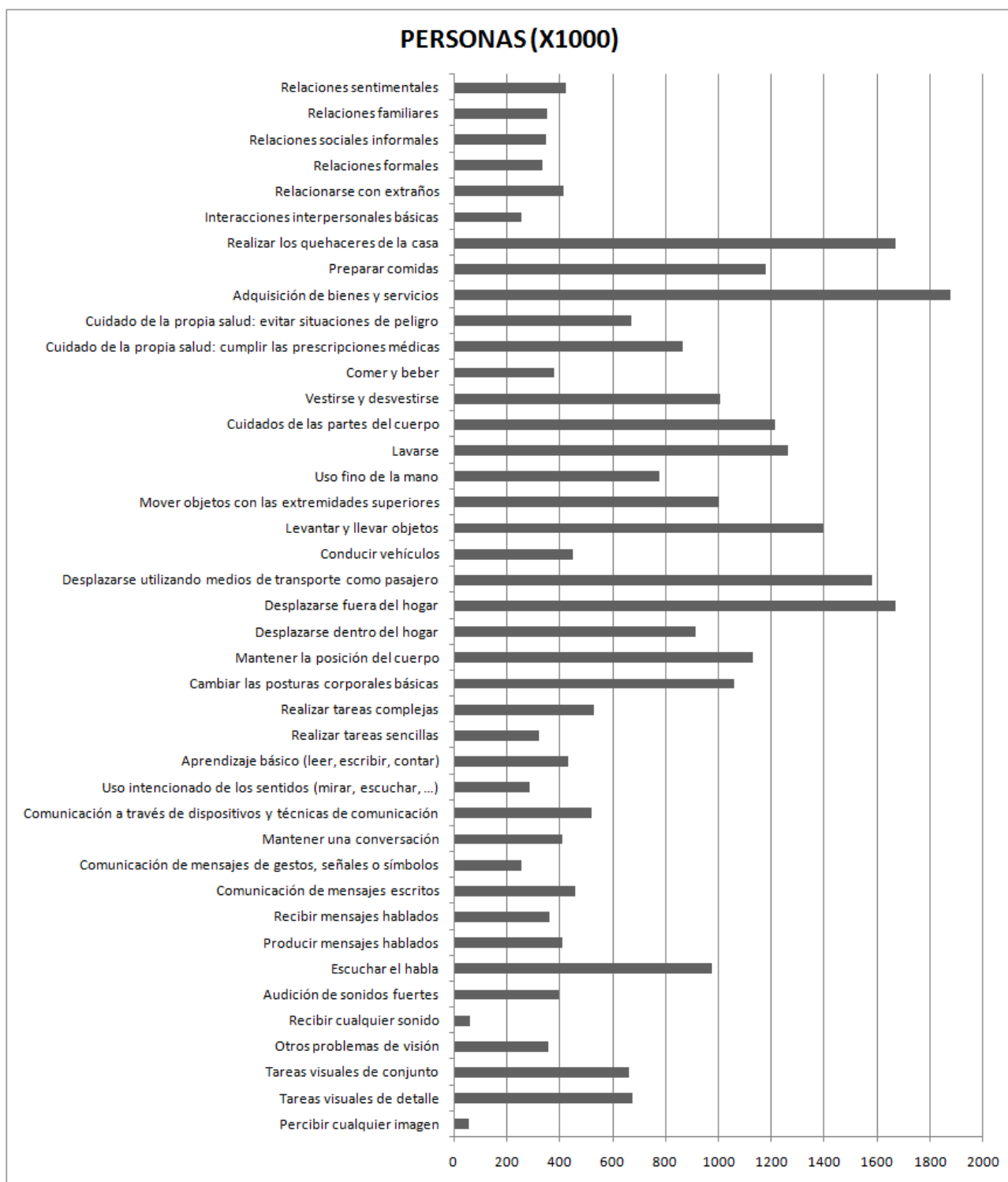
Pero en este caso vamos a realizar una visión global sobre accesibilidad, que incluyan los productores de contenidos digitales y los consumidores de estos contenidos. Con ello se pretende tener unos resultados generales, para posteriormente, contrastarlos con los resultados de las metodologías realizadas entorno al perfil que nos compete en este estudio.

Vamos al 2011 y hagamos una rápida visual de las estadísticas respecto a algunas limitaciones a la accesibilidad.

TIPO DE DISCAPACIDAD	PERSONAS (X1000)
<i>Percibir cualquier imagen</i>	58,3
<i>Tareas visuales de detalle</i>	673,6
<i>Tareas visuales de conjunto</i>	662,1
<i>Otros problemas de visión</i>	357,4
<i>Recibir cualquier sonido</i>	59,7
<i>Audición de sonidos fuertes</i>	397,6
<i>Escuchar el habla</i>	975,9
<i>Producir mensajes hablados</i>	410,6
<i>Recibir mensajes hablados</i>	363,7

<i>Comunicación de mensajes escritos</i>	457,3
<i>Comunicación de mensajes de gestos, señales o símbolos</i>	255,4
<i>Mantener una conversación</i>	409,5
<i>Comunicación a través de dispositivos y técnicas de comunicación</i>	520,1
<i>Uso intencionado de los sentidos (mirar, escuchar, ...)</i>	287
<i>Aprendizaje básico (leer, escribir, contar)</i>	434,7
<i>Realizar tareas sencillas</i>	320,7
<i>Realizar tareas complejas</i>	528,1
<i>Cambiar las posturas corporales básicas</i>	1.060,70
<i>Mantener la posición del cuerpo</i>	1.128,30
<i>Desplazarse dentro del hogar</i>	915
<i>Desplazarse fuera del hogar</i>	1.669,50
<i>Desplazarse utilizando medios de transporte como pasajero</i>	1.582,40
<i>Conducir vehículos</i>	448,4
<i>Levantar y llevar objetos</i>	1.394,70
<i>Mover objetos con las extremidades superiores</i>	1.004,20
<i>Uso fino de la mano</i>	775,7
<i>Lavarse</i>	1.263,90
<i>Cuidados de las partes del cuerpo</i>	1.215,70
<i>Vestirse y desvestirse</i>	1.006,70
<i>Comer y beber</i>	380,3
<i>Cuidado de la propia salud: cumplir las prescripciones médicas</i>	865,8
<i>Cuidado de la propia salud: evitar situaciones de peligro</i>	672,4
<i>Adquisición de bienes y servicios</i>	1.877,40
<i>Preparar comidas</i>	1.179,80
<i>Realizar los quehaceres de la casa</i>	1.669,80
<i>Interacciones interpersonales básicas</i>	255,6
<i>Relacionarse con extraños</i>	413
<i>Relaciones formales</i>	336,6
<i>Relaciones sociales informales</i>	348,9
<i>Relaciones familiares</i>	354,2
<i>Relaciones sentimentales</i>	422,8

Tabla 4. Clases de limitaciones de accesibilidad. Fuente: INE 2011.



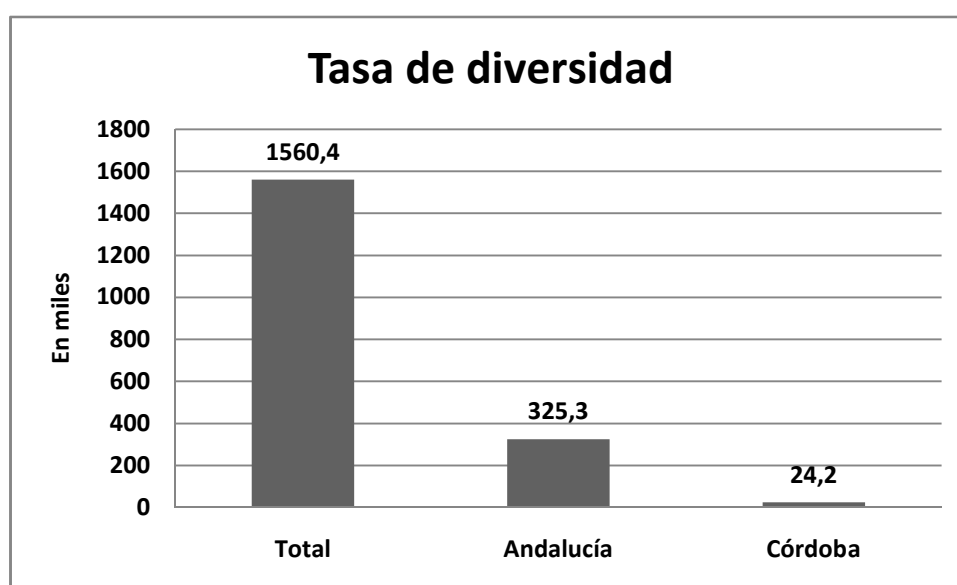
Gráfica 10. Clases de limitaciones de accesibilidad. Fuente: INE 2011.

Se han desarrollado las estadísticas con franja de edad de 24 a 64 años porque se estima que el productor de contenidos digitales puede comenzar su andadura laboral a los 24 años y alcanzar la jubilación a los 65 años, por ello se cuenta todo el año 64 hasta cumplir esa edad de jubilación.

Ahora pongamos la vista en la actualidad, por ello cogemos las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística⁶⁶ (INE) tiene registradas las tasas de diversidad siguiente:

Total	1560,4
Andalucía	325,3
Córdoba	24,2

Tabla 5. Tasa de diversidad según provincia, edad y sexo. Fuente: INE 2011



Gráfica 11. Tasa de diversidad según provincia, edad y sexo. Fuente: INE 2011

Si desgranamos estas cifras en los principales tipos de diversidades, que nos podemos encontrar a nivel generalista, y que podrían ser culpables de la ralentización del progreso positivo de la accesibilidad, nos encontramos que son:

- *Deficiencias visuales:* Dentro de estas deficiencias visuales de la tabla 6 se encuentran la ceguera, la visión reducida y los problemas en visualización de color.

TIPOS				
Visuales	Ceguera	<i>Estructuras transparentes del ojo</i>		
		<i>Retina (degeneración macular y retinosis pigmentaria)</i>		

⁶⁶ <http://www.ine.es>

		<i>Nervio Óptico (Glaucoma y neuropatía óptica)</i>		
		<i>Cerebro (Ceguera cortical)</i>		
	Visión reducida	<i>Miopía</i>		
		<i>Hipermetropía</i>		
		<i>Presbicia</i>		
		<i>Astigmatismo (se asocia con otra ametropía)</i>		
	Problemas cromáticos	<i>Acromático</i>		
		<i>Monocromático</i>		
		<i>Dicromático</i>		
			<i>Protanopia (no percibe el color rojo)</i>	
			<i>Deuteranopia (no recibe el color verde)</i>	
			<i>Tritanopia (no recibe el color rojo)</i>	

Tabla 6. Diversidades visuales. Fuente: Elaboración propia.

-Ceguera. Puede ser total o parcial. Y se mide el grado de ceguera según donde esta localizada:

- Estructuras transparentes del ojo. (Cataratas y opacidad de la cornea)
- Retina (degeneración macular y retinosis pigmentaria)
- Nervio Óptico (Glaucoma y neuropatía óptica)
- Cerebro. (Ceguera cortical)

-Visión reducida (ametropías o defectos de refracción):

- Miopía
- Hipermetropía
- Presbicia
- Astigmatismo (viene asociado a otra ametropía)

-Problemas cromáticos:

-Tricromático. En los tres colores primarios y son capaces de componer con ellos el blanco y los demás del espectro; pero tienen un defecto simultáneo en la apreciación del rojo y del verde.

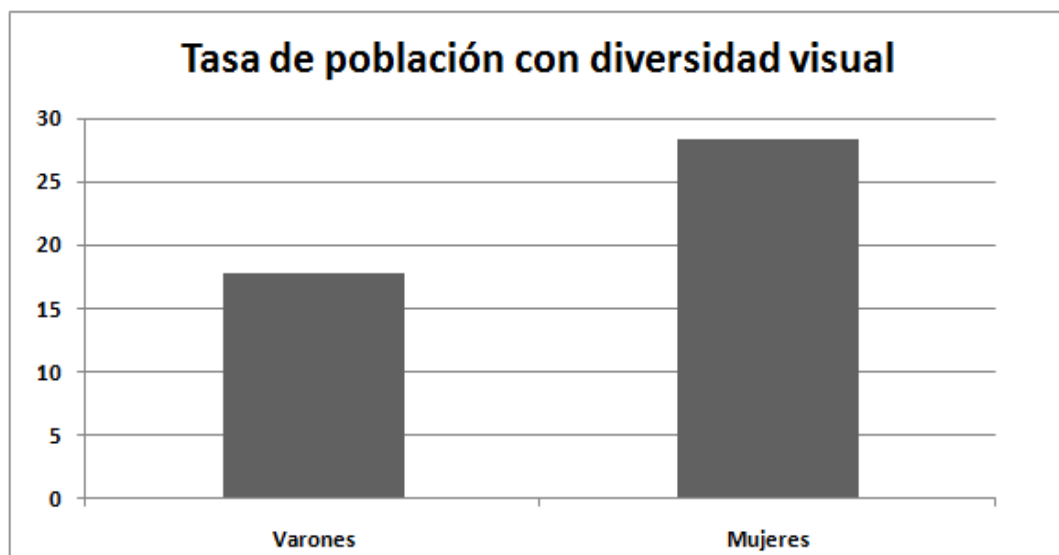
-Dicromático. El protanope, es ciego al rojo, ve mal el verde y conserva bien la visión del azul. El deuteranope es ciego al verde, ve mal el rojo y bien el azul. El tritanope no ve el azul y sí el rojo y el verde.

-Monocromático. El sujeto solo reconoce un color, y con las variaciones de luminosidad de éste establece comparaciones con los restantes.

Tasa de población con diversidad visual (cada 1000habitantes)

	Varones	Mujeres
Visión	17,8	28,4

Tabla 7. Diversidad visual. INE 2012



Grafica 12. Tasa de población con diversidad visual (muestra de 1000 habitantes). INE 2012

Según el INE, en 2012, un millón ciento veinte mil mujeres y unos setecientos mil hombres entre 24 y 64 años poseen problemas visuales de media. .

En este caso, he creído conveniente realizar una separación entre sexos, ya que en el caso de la mujer, según estudios internacionales⁶⁷, es más propensa a tener problemas visuales. Se atreven a decir que dos tercios de las personas ciegas o con diversidad visual es mujer.

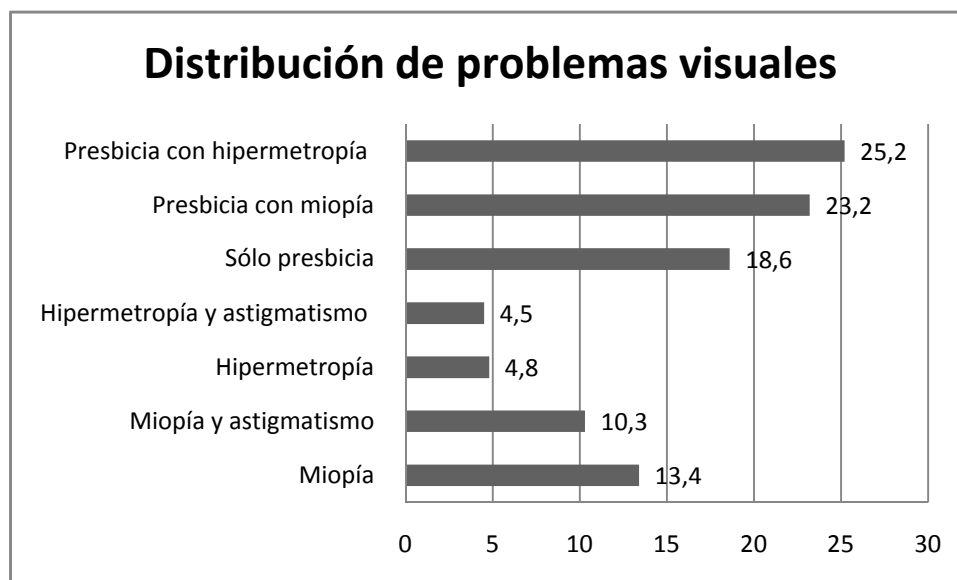
Puesto que lo que nos interesa es tener el mejor caso de accesibilidad tendremos que ponernos en el peor caso dentro de cada diversidad visual, así conseguiremos obtener un óptimo modelo accesible.

⁶⁷ <http://elmundo.com.sv/ison-las-mujeres-mas-propensas-que-los-hombres>

Teniendo en cuenta lo anterior, pasamos a desglosar las sub-diversidades visuales que se pueden dar. En un principio, me puse en contacto con el Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas de España⁶⁸ (CNOO) y ellos me derivaron a la Federación Española de Asociaciones del sector Óptico⁶⁹ (FEDAO). Esta federación me facilitó los siguientes porcentajes dentro de la franja de edad de estudio y habitantes censados del país.

Distribución de los problemas visuales	Porcentajes
Miopía	13,40%
Miopía y astigmatismo	10,30%
Hipermetropía	4,80%
Hipermetropía y astigmatismo	4,50%
Sólo presbicia	18,60%
Presbicia con miopía	23,20%
Presbicia con hipermetropía	25,20%

Tabla 8. Distribución de problemas visuales. Fuente: FEDAO.2012.



Grafica 13. Distribución de problemas visuales. Fuente: FEDAO.2012.

La presbicia es el problema visual que más porcentaje presenta, ya sea sola como combinada con otra ametropía. Es un problema que se suele dar a partir de los cuarenta años dependiendo de la persona. Al margen que sea reticente en esas edades, puede tener sentido que la franja de 40-

⁶⁸ www.cnoo.es/

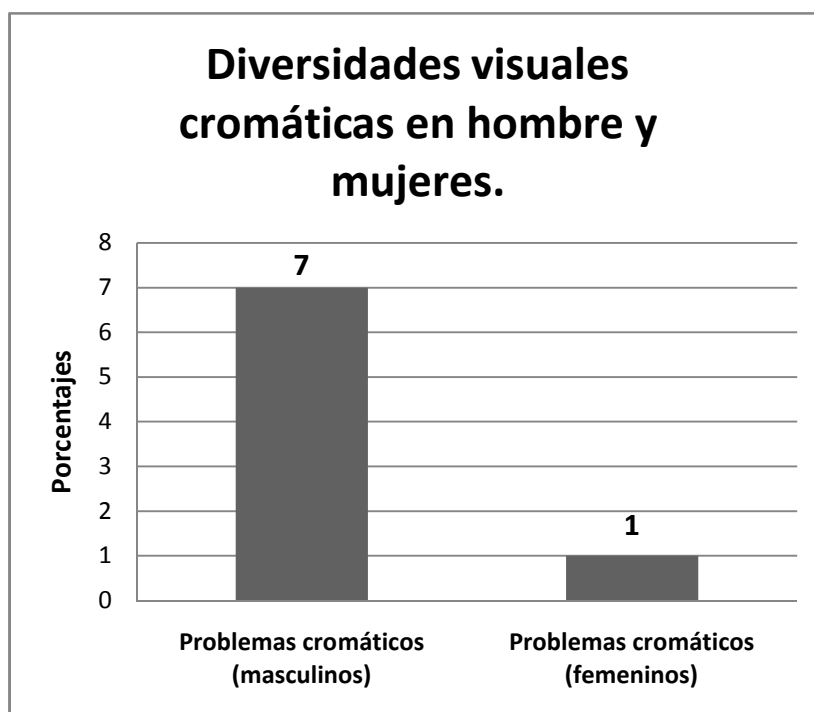
⁶⁹ www.fedao.org/

64años albergue más porcentaje debido a su anchura de acotación en edad. Ya que este caso tendríamos 24 años y en el caso de 24 a 40 tendríamos 16 años.

Es curioso que mientras la mujer alberga más posibilidades de ceguera , es el hombre el que posee más problemas cromáticos, llegando a los 7 puntos mientras que la mujer se queda en uno. Dentro de estos problemas cromáticos visuales, el 99% de los casos corresponden a *protanopia* y *deuteranopia*.

<u>Problemas cromáticos :</u>	<u>Porcentajes</u>
Problemas cromáticos (masculinos)	7%
Problemas cromáticos (femeninos)	1%

Tabla 9. Problemas cromáticos según sexo. Fuente: FEDAO 2012



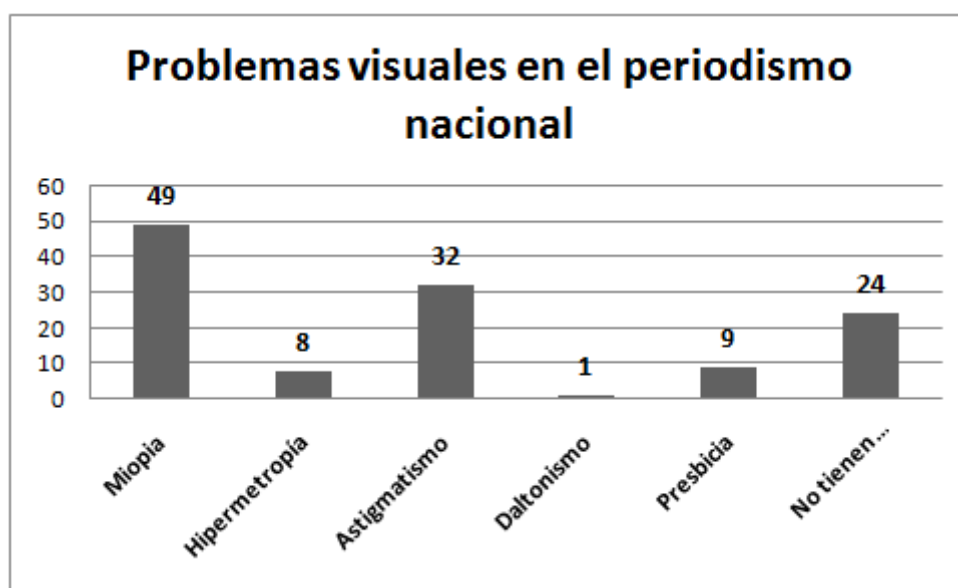
Grafica 13. Porcentaje de diversidades visuales cromáticas en hombre y mujeres. 2012. FEDAO. Fuente: Elaboración propia.

Aún así podemos distinguir tres tipos de problemas visuales de *crominancia* , también mal llamado, según autores, *daltonismo*.

- Acromático es aquel en el que el individuo no tiene ninguno de los tres tipos de conos o estos no son funcionales. Se presenta únicamente un caso por cada 100.000 personas.
- Monocromático, se presenta cuando únicamente existe uno de los tres pigmentos de los conos y la visión de la luz y el color queda reducida a una dimensión.
- Dicromático. El dicromatismo es un defecto moderadamente grave en el cual falta o padece una disfunción uno de los tres mecanismos básicos del color. Es hereditaria y

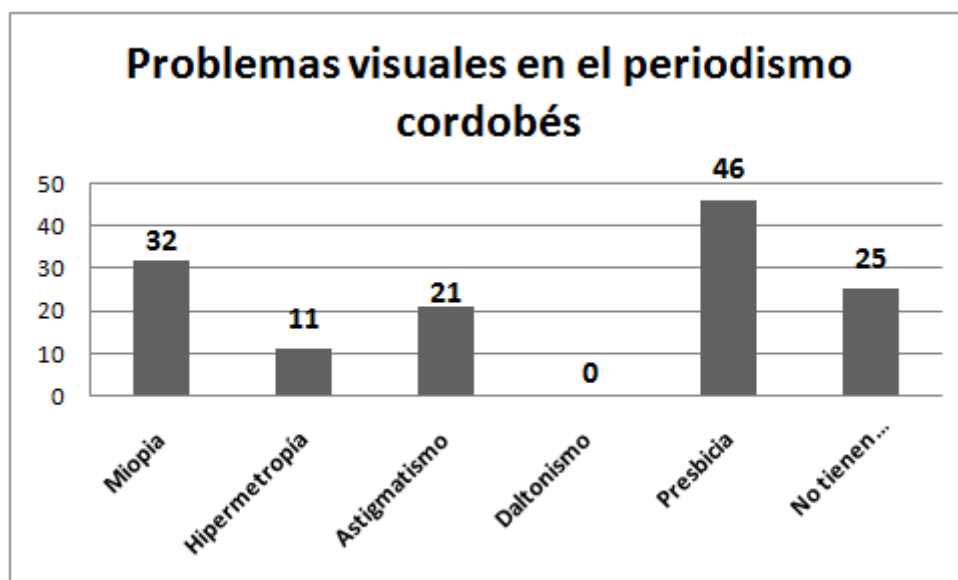
puede ser de tres tipos diferentes: Protanopia (ausencia total de los fotorreceptores retinianos del rojo), deuteranopia (ausencia de los fotorreceptores retinianos del verde) y tritanopia (ausencia de los fotorreceptores retinianos del azul, muy pocos casos).

Las encuestas realizadas en las metodologías de investigación al grupo profesional objetivo, nos muestra que si que aparecen ciertos problemas visuales. Si estos problemas no tienen una corrección puede llegar a condicionar en gran medida el trabajo del productor de contenidos periodísticos digitales hasta el punto de la imposibilidad de realizarlo. Las muestras cogidas como podrán verse no suman un 100% sino que se da por caso específico. Por ejemplo, el 46% de los encuestados tiene miopía, el 8% dice tener Astigmatismo, etc., pero no la suma de las afecciones llegara al 100% ya que sería ilógico, porque un usuario puede tener más de una problemática.



Gráfica 14. Problemas visuales PCPD nacional. 2012 Fuente: Elaboración propia

El problema más común en el profesional a nivel nacional es la miopía con una afección de un 49 %, le sigue el astigmatismo con un 32% y un 9% la presbicia. Como ya hemos visto con anterioridad el astigmatismo y la miopía son afecciones que, en la mayoría de los casos, suelen ir relacionadas. Aunque es un porcentaje muy pequeño, quiero resaltar que se han dado casos de problemas visuales cromáticos como es el daltonismo.



Gráfica 15. Problemas visuales PCPD cordobés. 2012 Fuente: Elaboración propia

En el caso de Córdoba, tenemos que la presbicia quintuplica la media nacional situándose en 46%. Esto es debido a que el grupo de profesionales de entre 40 a 65 años es el más numeroso, y es en este rango de edad donde se suele desarrollar esta afección. Sin embargo, le siguen las dos problemáticas que tenemos, la miopía con un 32% y astigmatismo con un 21%. No se han dado casos de daltonismo.

Como diversidad visual que podríamos llamar a la ceguera, a nivel nacional, se ha registrado 1% y un caso de Córdoba. Como grandes ejemplos de profesionalidad y adaptación de su diversidad a las nuevas tecnologías tenemos a Nuria del Saz y a Patricia Carrascal.

- **Deficiencias auditivas:** Estas deficiencias pueden ser consideradas menos limitadoras en el acceso y uso de contenidos digitales, debido a que el canal sonoro es mucho menos utilizado en interfaces web que el canal visual. Aún así, no podemos olvidar limitaciones y barreras derivadas de esta diversidad, como es el caso del lenguaje.

Auditivas		<i>Ligera (Pérdida entre 20 y 40 db)</i>
	Hipoacusias	
		<i>Media. (Pérdida entre 40 y 70 db)</i>
	Sordera	<i>Severa (Pérdida entre 70 y 90 db)</i>
		<i>Profunda (>90db)</i>

Tabla 9. Tabla de diversidades auditivas. Fuente: Elaboración propia

-Hipoacusias:

Deficiencia auditiva ligera.

- Pérdida auditiva de entre 20 y 40 db.
- Pequeñas dificultades articulatorias.
- No identifican totalmente todos los fonemas.

Deficiencia auditiva media.

- Pérdida auditiva de entre 40 y 70 db.
- Identificación sólo de vocales.
- Articulación defectuosa.
- Lenguaje productivo limitado.

-Capacidad para la estructuración del pensamiento verbal.

-Sorderas:

Deficiencia auditiva severa.

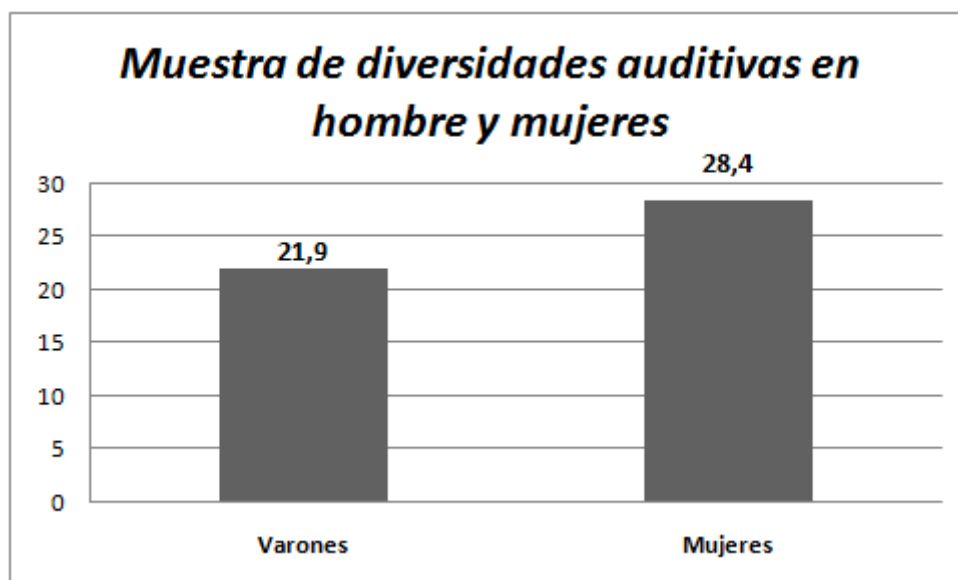
- Pérdida auditiva de entre 70 y 90 db.
- Percepción de algunos sonidos, pero imposibilidad de adquisición espontánea del lenguaje.
- Los afectados son llamados sordos medios.

Deficiencia auditiva profunda.

- Pérdida auditiva superior a los 90 db.
- No pueden adquirir el lenguaje oral.
- Tienen dificultades socioeducativas.
- Los afectados son llamados sordos profundos

	Varones	Mujeres
Audición	21,9	28,4

Tabla 10. Tasa de población con problemas de audición. Muestra cada 1000.2012 Fuente: INE

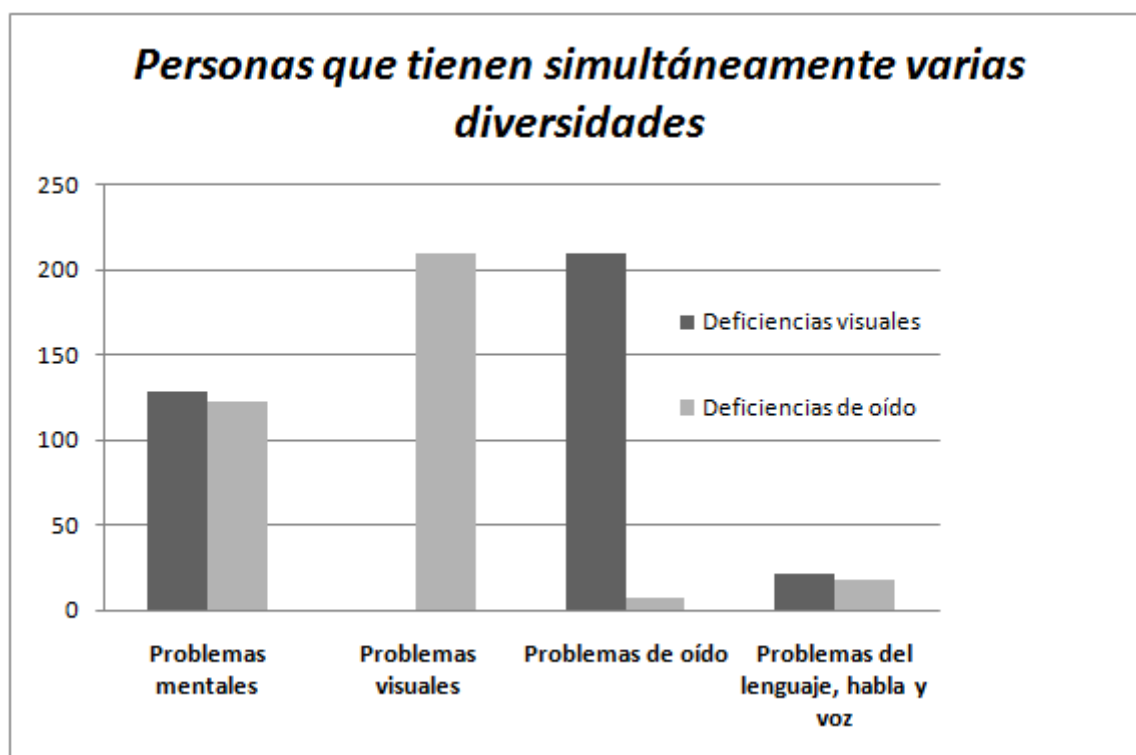


Gráfica 16. Muestra de diversidades auditivas en hombre y mujeres. 2012. Fuente: Elaboración propia

Vamos a ir un poquito más allá y vamos a exponer las estadísticas de población que poseen simultáneamente diversidades de visión y audición.

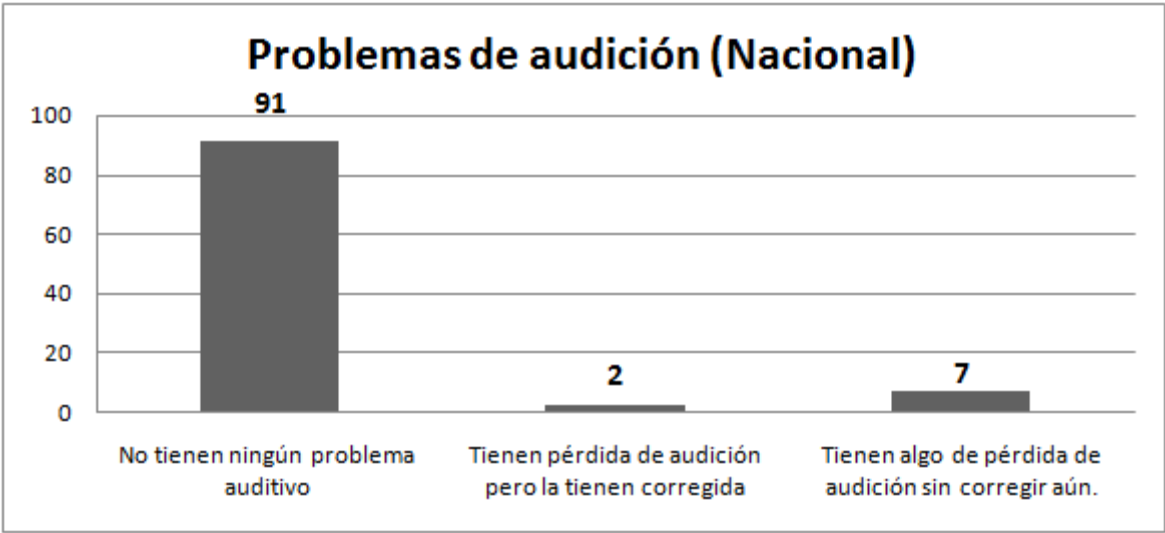
	Problemas mentales	Problemas visuales	Problemas de oído	Problemas del lenguaje, habla y voz
Deficiencias visuales	128,2	0	208,9	20,8
Deficiencias de oído	122,5	208,9	6,8	17,8

Tabla 11. Personas que tienen simultáneamente varias diversidades. 2012 Fuente: INE



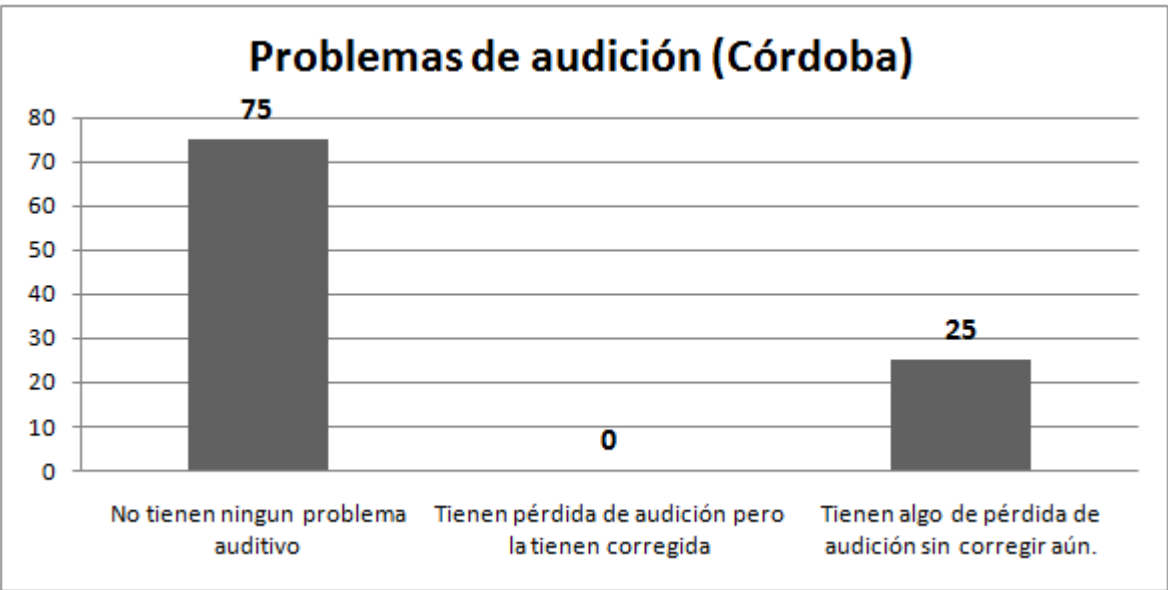
Gráfica 17. Coincidencia de diversidades (en miles). 2012. Fuente: INE

Centrándonos en el público objetivo de nuestro estudio, a nivel nacional, podemos ver en la gráfica 18 que el 7% tiene problemas de pérdida de audición pero que aún no la tienen corregida o no valorar la necesidad de corregirla. Y pequeño grupo de un 2%, tiene problemas auditivos significativos pero los tienen corregidos.



Gráfica 18. Problemas auditivos PCPD nacional. 2012 Fuente: Elaboración propia

En el caso local, registramos más de la cifra triplicada de los casos que tienen pérdidas de audición pero que no lo han tratado, llegamos a un cuarto de los encuestados, un 25%. Al igual que en la problemática visual de la presbicia, las propiedades auditivas pueden verse mermadas también por la edad. De ahí, que tengamos un 25% de usuarios cordobeses con problemas auditivos sin tratar.



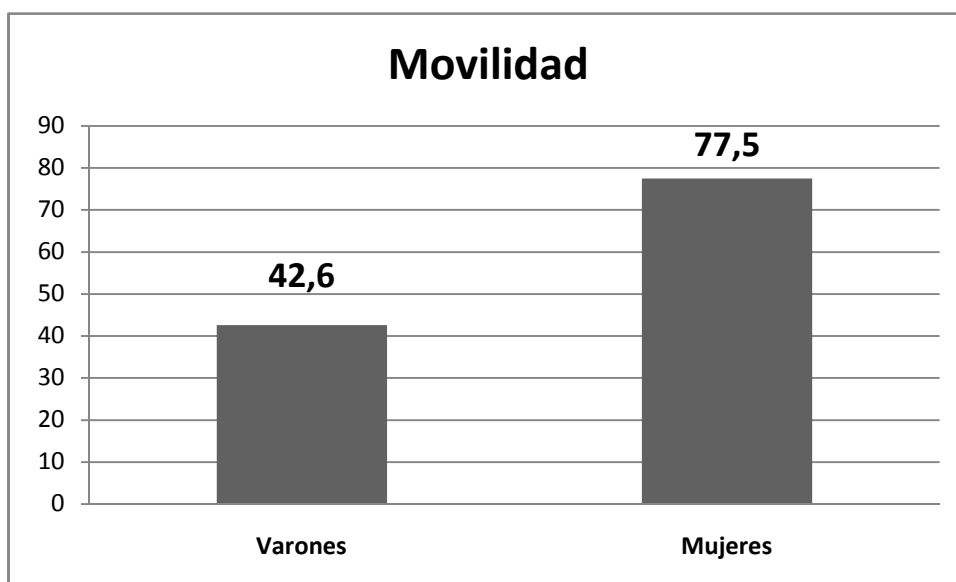
Gráfica 19. Problemas auditivos PCPD cordobés. 2012. Fuente: Elaboración propia

En líneas generales, no son malas estadísticas, en ambos ámbitos se están registrando un alto porcentaje de trabajadores que no tienen problemas auditivos, un 91% en el caso nacional y un 75% en el caso de Córdoba.

- *Deficiencias motrices:* Son las relacionadas con la capacidad de movilidad del usuario. Estos usuarios no suelen ser capaces de interactuar con el sistema a través de dispositivos de entrada tradicionales, por lo que utilizan dispositivos alternativos.

	Varones	Mujeres
Movilidad	42,6	77,5

Tabla 12. Tasa de población con diversidad motriz cada 1000 hab. 2011. Fuente: INE

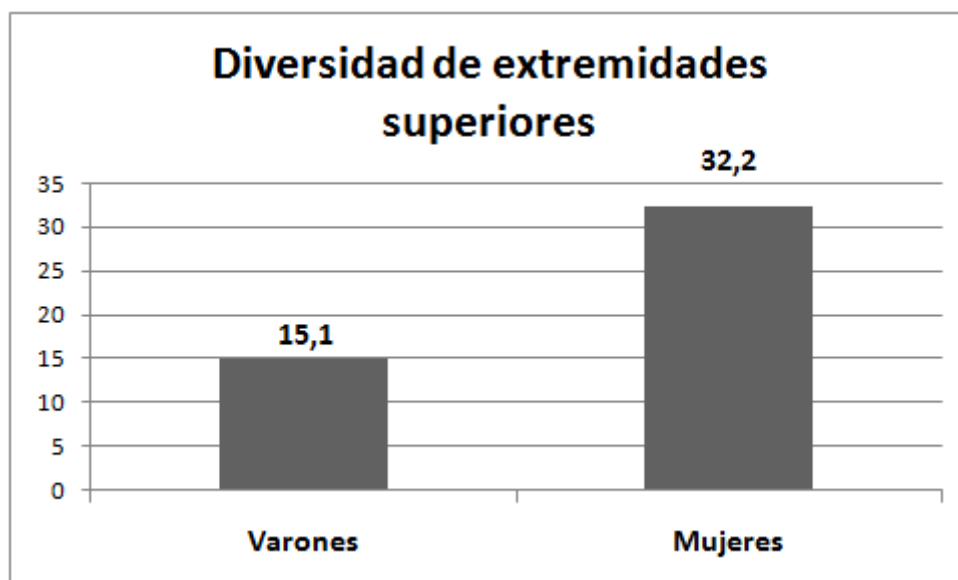


Gráfica 20. Diversidades de movilidad (muestra cada 1000hab.). 2011. Fuente: INE. Elaboración propia.

Teniendo en cuenta cerca de tres millones de hombres y un millón setecientas mil mujeres poseen discapacidades motrices. Nos interesa saber, cuántos de ellos y de ellas poseen esas diversidades motrices en extremidades superiores.

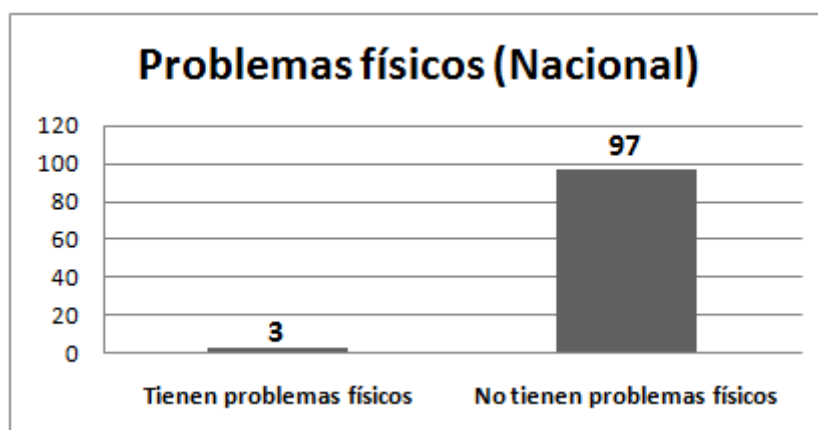
	Varones	Mujeres
Mover objetos con las extremidades superiores	15,1	32,2

Tabla 13. Tasa de población con diversidad motriz de extremidades superiores cada 1000hab. 2012 Fuente: INE



Gráfica 21. Diversidad extremidades superiores (muestra cada 1000hab.), 2012.
Fuente: INE

Si miramos en el caso del profesional tenemos que a nivel nacional tienen problemas físicos motrices que les impiden utilizar sus herramientas con normalidad un 3% de los usuarios.



Gráfica 22. Porcentaje de problemas físicos PCPD cordobés. 2012
Fuente: Elaboración propia

En el caso de Córdoba, no se han encontrado casos en los que tengan algún problema físico por el cual no puedan interactuar con sus herramientas profesionales.

- **Deficiencias cognitivas y de lenguaje:** Son usuarios que presentan problemas en el uso del lenguaje, la lectura, percepción, memoria y salud mental.

Existen unas grandes diferencias entre la discapacidad intelectual y los trastornos cognitivos, lo cual dificulta la adopción de soluciones generales⁷⁰. Las personas con discapacidad intelectual presentan una mayor lentitud en los procesos y tienen dificultades de comprensión de las instrucciones y del lenguaje abstracto. Mientras que las personas con deficiencia cognitiva, con algún tipo de demencia y las personas con problemas de memoria relacionados con la edad pueden por lo tanto experimentar dificultades en la comprensión y uso de los servicios y productos TIC, o servicios on-line, especialmente cuando éstos son complejos o están mal diseñados. Las soluciones tecnológicas y de e-Accesibilidad para este colectivo deben ser lo más personalizadas posibles, pues no existe un “estándar de persona con discapacidad intelectual”. Deben ser diseños a la carta según requisitos del usuario. El diseño de productos, contenidos y servicios TIC deben ser fáciles de utilizar, teniendo instrucciones comprensibles, cortas y fáciles de entender. Las comunicaciones deben ser fiables y seguras. Las personas mayores típicamente tienen dificultades para comprender las instrucciones de múltiples aparatos y para usar muy diversas tecnologías y servicios. Ciertas soluciones orientadas a la accesibilidad de las personas con discapacidad intelectual pueden ser también de utilidad para los mayores con dificultades de comprensión.

Cognitivas	Corporal	
	Comunicativa	<i>Moderado</i>
		<i>Leve</i>
	Cognitiva	<i>Leve (CI entre 50 a 69)</i>
		<i>Moderado (CI entre 35 a 49)</i>
		<i>Severo (CI entre 20 a 34)</i>
		<i>Profundo (CI menor de 20)</i>

Tabla 14. Diversidades cognitivas. Fuente: Elaboración propia.

-Diversidad cognitiva. Es una disminución en las habilidades cognitivas e intelectuales del individuo. Entre las más conocidas discapacidades cognitivas están: El Autismo, El síndrome Down, Síndrome de Asperger y el Retraso Mental. Cuando estudiamos la discapacidad cognitiva de acuerdo con la teoría de Howard Gardner, las personas con discapacidad cognitiva tendrían dificultades en sus dimensiones:

CORPORAL: Presentan escasa coordinación en las actividades motrices, tiene pobre crecimiento y presenta así mismo alteraciones físicas.

COMUNICATIVA: Tienen dificultad para organizar la información y expresarla.

Moderado: Llegan a hablar y a comunicarse de forma diversa aunque es difícil expresarse con palabras y utilizar formulaciones verbales

⁷⁰ Maria Puy, "Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para personas con discapacidad intelectual", Universidad Pública de Navarra, Pamplona, 2009.

correctas. Su vocabulario es limitado pero en ocasiones cuando el ambiente es suficientemente acogedor el niño puede ampliar sus conocimientos de lenguaje y expresión.

Leve: Algunas personas presenta a la hora de pronunciar palabras correctamente sin trastornos en la articulación su lenguaje presenta cierta organización y en ocasiones aparece más evolucionado de lo que podría proveerse atendiendo al coeficiente intelectual.

COGNITIVA: Capacidad intelectual significativamente inferior al promedio (un CI de aproximadamente 70 o por debajo).

- Leve: 50 a 69.
- Moderado: 35 a 49.
- Severo: 20 a 34.
- Profundo: menor de 20.

Presentan déficit de atención, hiperactividad, ansiedad, agresividad.

Dificultad para atender.

Tienen en ocasiones poco autocontrol.

Dimensión socio-afectiva:

Déficits o deterioros concurrentes en el funcionamiento adaptativo actual (es decir, la efectividad de la persona para reunir los estándares esperados para su edad según su grupo cultural), en al menos 2 de las siguientes áreas: comunicación, cuidado personal, vida doméstica, habilidades sociales, uso de recursos comunitarios, autocontrol, salud y seguridad, habilidades académicas funcionales, óseo y trabajo.

Debido a su historia de fracasos, tienen bajas expectativas de éxito y altas de fracaso, de modo que dedican menos esfuerzo al aprendizaje.

Baja autoestima y baja motivación.

Dificultad en adaptación social y trastornos de conducta.

-Diversidad de lenguaje (oral y escrito)

Lenguaje	Oral	<i>En la voz</i>	<i>Disfonía (Alteración de intensidad, tono o timbre)</i>	
			<i>Afonía (ausencia total de la voz aunque de forma)</i>	
		<i>En la articulación</i>	<i>Dislalias</i>	<i>Dislalia evolutiva/fisiológica</i>
				<i>Dislalia audiógena</i>
				<i>Dislalia funcional</i>
				<i>Dislalia orgánica/Disglosia</i>
			<i>Disartrias</i>	<i>Flácida</i>
				<i>Espástica</i>
				<i>Atáxica</i>
				<i>Hipocinética/hipercinética</i>
		<i>En la fluidez verbal</i>	<i>Disfemia</i>	<i>Clónica</i>
				<i>Tónica</i>
				<i>Mixta</i>
		<i>En el lenguaje</i>	<i>Mutismo</i>	
			<i>Retraso en el desarrollo del</i>	
			<i>Afasis</i>	
	Escrito	<i>Dislexia</i>		

Tabla 15. Diversidades orales. Fuente: Elaboración propia.

-Diversidad en lenguaje oral. El lenguaje oral es el modo de comunicación y representación más utilizado, aunque la comunicación sea posible sin el lenguaje. La comunicación no se limita al lenguaje verbal, sino que podemos utilizar cualquiera de nuestros sentidos. Sin embargo, el lenguaje oral es el medio de comunicación y representación por excelencia. Dentro de esta diversidad nos encontramos con más subdivisiones según la alteración:

-En la voz. Cualquier alteración laríngea ocasiona trastornos en la emisión de la voz. De los cuatro elementos constitutivos del sonido (intensidad, tono, timbre y duración), los tres primeros tienen su origen en la laringe.

- Disfonía: Alteración de la voz en cualquiera de sus cualidades (intensidad, tono o timbre) debido a un trastorno orgánico o a una incorrecta utilización de la voz.
- Afonía: Es la ausencia total de la voz aunque de forma temporal.

-En la articulación. Existen tres trastornos específicos:

-Dislalias. Son trastornos en la articulación de uno o varios fonemas por sustitución, omisión, inserción o distorsión de los mismos.

Se clasifican en:

- *Dislalia evolutiva/fisiológica*: Son defectos articulatorios inherentes al proceso de aprendizaje. Este tipo de dislalia suele remitir o desaparecer con el tiempo espontáneamente sin mayor importancia.
- *Dislalia audiógena*: Su origen se debe a una deficiencia auditiva que impide captar adecuadamente el fonema y, con ello, su reproducción.
- *Dislalia funcional*: Es una alteración producida por un mal funcionamiento de los órganos articulatorios sin que exista etiología orgánica.
- *Dislalia orgánica/Disglosia*: La alteración de la articulación se debe a malformaciones de los órganos del habla que suelen ser innatas. En función del órgano afectado podemos hablar de disglosias labiales, mandibulares, dentales, linguales o palatales.

-Disartrias. Son trastornos en la articulación de la palabra debido a lesiones en el SNC que afectan a la articulación de todos los fonemas en que interviene la zona lesionada.

- Disartria flácida: Se localiza en la neurona motriz inferior.
- Disartria espástica: Se localiza en la neurona motriz superior.
- Disartria atáxica: Se localiza en el cerebelo.
- Disartria hipo cinética/híper cinética: Se localizan en el sistema extra piramidal (la diferencia entre ambas son muy sutiles).

-En la fluidez verbal.

-Disfemia. Es una alteración en el ritmo del habla que se caracteriza por la existencia de repeticiones de sonidos y de bloqueos que se producen en una situación comunicativa.

- Disfemia clónica: Repeticiones silábicas y ligeros espasmos repetitivos.
- Disfemia tónica: Bloqueos iniciales y fuertes espasmo.
- Disfemia mixta: Sintomatología de las dos anteriores.

-En el lenguaje.

-Mutismo. Este trastorno consiste en la desaparición total del lenguaje, de forma repentina o progresiva.

·Neurológico.

·Psicótico

-Retraso en el desarrollo del lenguaje. Es un término amplio empleado para englobar aquellos retrasos en la aparición y/o desarrollo del lenguaje sin que existan síntomas de déficits intelectuales, sensoriales o motrices.

-Afalias. Es el trastorno de lenguaje producido por una alteración del hemisferio cerebral izquierdo cuya función principal es el procesamiento del lenguaje.

-Diversidad en lenguaje escrito.

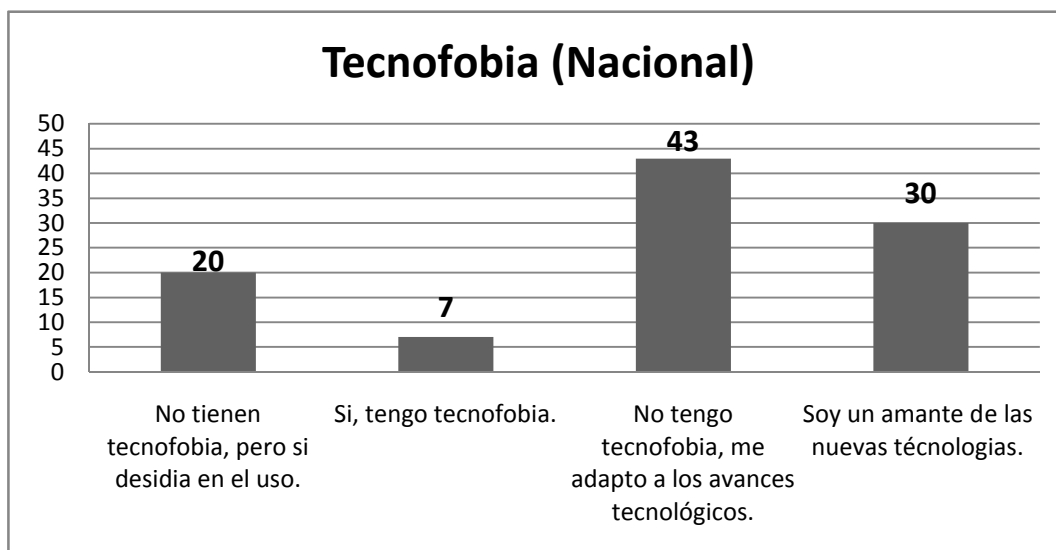
-Dislexia. Siguiendo a Quirós⁷¹ "la dislexia es un retraso madurativo neurológico para la adquisición del lenguaje de lectura-escritura".

Estas cuatro categorías engloban una gran diversidad de sub-tipos de diversidad, cada una de las cuales requerirá de atención específica a la hora de desarrollar productos informativos. Tampoco se debe olvidar que estas diversidades no tienen por qué ser excluyentes entre si, pues un mismo usuario podría presentar varias diversidades. Además, algunas diversidades pueden tener carácter transitorio o temporal.

Al margen de todas estas diversidades, me he encontrado con casos *técnofobia*⁷² que considero que es un problema que va a asociado a la evolución tecnológica y que cuyos caso no van en descenso. Al igual que también se han registrado casos que pueden llevar a una confusión con la *técnofobia*, siendo simplemente desidia en su uso.

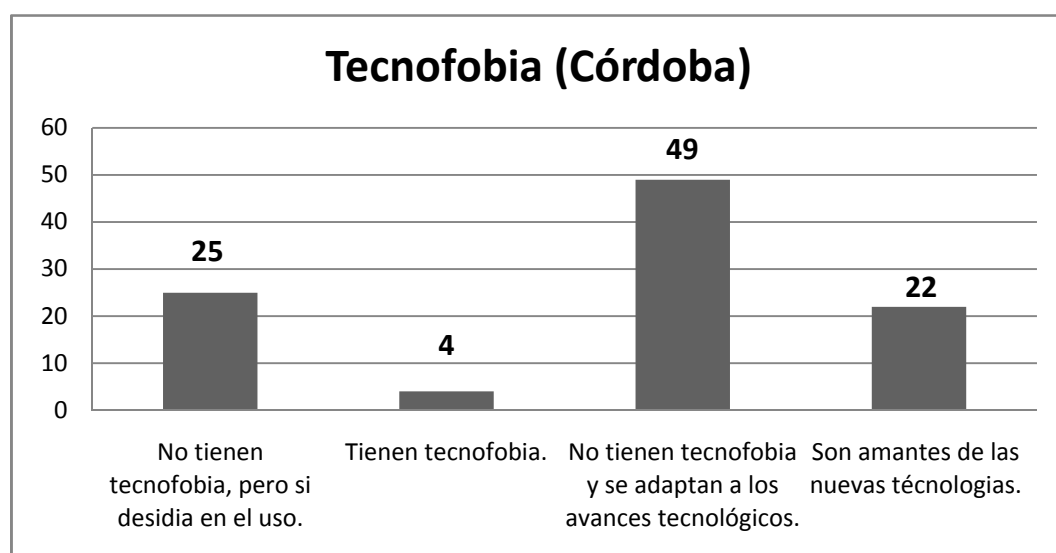
⁷¹ http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/3/art_13.pdf

⁷² La **técnofobia** (de griego τέχνη - technē , "arte, habilidad, oficio" y φόβος - phobos , "miedo") es el miedo o aversión hacia las nuevas tecnologías o dispositivos complejos, especialmente ordenadores.



Gráfica 16. Problemas de tecnofobia PCPD nacional. 2012 Fuente: Elaboración propia

En un marco nacional tenemos que hay afectados por *tecnofobia* aproximadamente un 7% de usuarios mientras que un 20% admite que tienen problemas de adaptación a la evolución tecnológica por desidia a la hora de enfrentarse al uso de las nuevas herramientas.



Gráfica 17. Problemas visuales PCPD cordobés. 2012 Fuente: Elaboración propia

En el caso de los profesionales cordobeses, tenemos que un 4% sufre *tecnofobia* y un 25% que experimenta desidia en cuanto al uso de las actualizaciones de sus herramientas profesionales.

La *tecnofobia*, además de la desidia a la hora de aprender el uso de esas herramientas profesionales, se están convirtiendo en un problema de accesibilidad para el productor de contenidos periodísticos digitales, al que se le debería dar su correspondiente solución para reducir los datos estadísticos o erradicarlo.

Como indica Vanderheiden⁷³, *la discapacidad no es el único tipo de limitación que dificulta la accesibilidad de contenidos*. Además de las limitaciones propias del individuo, existen otras derivadas del contexto de uso y del dispositivo de acceso empleado (hardware y/o software). Lo más interesante de este hecho es el paralelismo existente entre limitaciones, ya que aún teniendo diferente origen suponen barreras similares en el acceso a la información. Por ejemplo, comparten el mismo problema de visualización aquellos usuarios con visión reducida, como aquellos que, sin padecer diversidad visual, utilicen pantallas pequeñas o accedan desde entornos llenos de humo.

Por lo tanto, podemos deducir que cualquier producto que sea diseñado atendiendo a limitaciones derivadas de diversidades individuales, posibilitarán y facilitarán así mismo su acceso por usuarios que, sin padecer estas diversidades, se encuentren en contextos de uso desfavorables y de equivalente limitación, por lo que el número de usuarios beneficiados de este modo de diseño sería mayor que el representado por usuarios con diversidad⁷⁴.

4.2.2.4 Definiciones de accesibilidad en normativas

A nivel más formal el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) nos presenta distintas normativas técnicas aplicables según el ámbito geográfico aplicable a la web. En nuestro caso, estas normativas se pueden extrapolar a nivel de interface gráfico del software.

Según ámbito de dominio geográfico la primera que tenemos es la UNE 139803:2004.

4.2.2.4.1 Accesibilidad en UNE 139803:2004⁷⁵

Esta norma establece las características que han de cumplir los contenidos disponibles mediante tecnologías Web en Internet, Intranet, y otro tipo de redes informáticas, para que puedan ser utilizados por la mayor parte de las personas, incluyendo personas con discapacidad y personas de edad avanzada, de forma autónoma o mediante las ayudas técnicas pertinentes.

Esta norma cumple la mayoría de tipos de discapacidad, incluyendo personas con deficiencias físicas moderadas o severas, deficiencia visual o ceguera, deficiencia auditiva o sordera y discapacidad cognitiva.

También se han tenido en cuenta las necesidades de las personas de edad avanzada, que quedan englobadas en las necesidades especiales de todas las discapacidades, considerando que, al envejecer, se limitan poco a poco alguna, muchas o todas las discapacidades.

⁷³ Vanderheiden, G. (2000). Fundamental Principles and Priority Setting for Universal Usability. En: Proceedings of Conference on Universal Usability (CUU) 2000, Association for Computing Machinery, pp32-38.
Disponible en: http://trace.wisc.edu/docs/fundamental_princ_and_priority_acmccuu2000/

⁷⁴ Henry, Shawn Lawton. (2002). Understanding Web Accessibility. En Constructing Accessible Web Sites. Glasshaus: April 2002. ISBN: 1904151000.
Disponible en: http://www.macromedia.com/macromedia/accessibility/pub/acc_sites_chap01.pdf

⁷⁵ <http://www.inteco.es/file/rWv1Oqb051U>

Esta norma se aplica en todo tipo de contenido disponible en redes informáticas, con especial énfasis en los contenidos web que son accedidos mediante programas informáticos llamados aplicaciones de usuario (siendo los más habituales los navegadores web). Esto es así independientemente de cómo se crean esos contenidos (herramientas de diseño, gestores de contenidos, etc.).

Se complementa con la norma UNE 139802:2003 para aplicaciones de acceso a contenidos y para las aplicación para crearlos.

4.2.2.4.2 Accesibilidad en UNE 139802:2003

Esta normativa complementa a la UNE 139803:2004 ya que establece las condiciones de accesibilidad a software además de un listado de chequeo que deben de cumplir el software. De ahí, que consideremos a la UNE 139803:2004⁷⁶ una actualización y ampliación de conceptos de condiciones de aplicación.

4.2.2.4.3 Accesibilidad en CWA 15554:2006⁷⁷

El contenido de este documento nos presenta una guía que proporciona un modelo armónico de calidad de accesibilidad. Lo que lo enrarece es su limitación a la evaluación de la accesibilidad y aparta otros puntos que guardan relación con la valoración o la normalización de productos o servicios electrónicos o de Internet. El documento no describe criterios para evaluar la accesibilidad web ni la metodología para la evaluación de la conformidad. Pero nos interesa esta normativa, porque nos ofrece otra visión de la posible definición a de una accesibilidad europea. Pero no se terminan en centrar en la forma ni en la ejecución para desarrollarla sino en el grado calidad de esa accesibilidad final.

En resumen, tanto la UNE 139803:2004, UNE 139802:2003, tanto como las CWA 15554:2006 nos ofrecen una misma línea de definición de accesibilidad desde un ámbito estatal a un internacional desde la perspectiva de la aplicación, calidad y necesidades del usuario. Y una cosa muy interesante que he podido valorar es que se nos ofrece la posibilidad de relacionarlas y aplicar una simbiosis complementaria entre ellos a la hora de su aplicación sobre el producto.

4.2.3 Diferencias entre Usabilidad y Accesibilidad

Unas de las equivocaciones que se comente muy a menudo es meter en el mismo saco las terminologías de usabilidad y accesibilidad, y así cometer el error intercambiar, sinonimizar o incluso desconocer el significado de cada una de ellas en su uso.

⁷⁶ http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Normativa/Descarga/DescargaUNE_139803/

⁷⁷ http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Normativa/Descarga/norma_CWA

La accesibilidad es un concepto íntimamente ligado al de usabilidad. Ese no indica la facilidad de uso, sino a la posibilidad de acceso. Por tanto uno de los requisitos para que sea usable es que posibilite acceso a todos los usuarios o consumidores.

Esta relación de accesibilidad con usabilidad llega a un punto en el de que algunos expertos consideran que una forma parte de la otra o viceversa. Uno de estos expertos y gurú de la usabilidad en los entornos web es Jakob Nielsen, quien definió la usabilidad en el 2003 como "*un atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web*".

Otros autores como Redish⁷⁸ plantean que es preciso diseñar sistemas para que los usuarios sean capaces de "encontrar lo que necesitan, entender lo que encuentran y actuar apropiadamente... dentro del tiempo y esfuerzo que ellos consideran adecuado para esa tarea".

Por ello, fuera del ámbito internauta y parte de informática, la usabilidad está más relacionada con la ergonomía y los factores humanos.

Estoy siendo muy concienzudo a la hora de plasmar las correctas definiciones de accesibilidad y usabilidad, incluida de las diferencias de conceptos entre ambas porque un uso correcto de ambas puede generar diversos beneficios.

Entre estos beneficios podremos encontrarnos:

- Reducción de los costes de aprendizaje.
- Disminución de los costes de asistencia y ayuda al usuario.
- Disminución en la tasa de errores cometidos por el usuario y del re-trabajo.
- Optimización de los costes de diseño, rediseño y mantenimiento.
- Aumento de la tasa de conversión de visitantes a clientes de un sitio web.
- Aumento de la satisfacción y comodidad del usuario.
- Aumenta la motivación entre ambos.
- Mejora la imagen y el prestigio.
- Mejora la calidad de vida de los usuarios, ya que reduce su estrés, incrementa la satisfacción y la productividad.

Todos estos beneficios implican una reducción y optimización general de los costes de producción, así como un aumento en la productividad. La usabilidad permite mayor rapidez en la realización de tareas y reduce las pérdidas de tiempo.

También diversos autores nos plasman los beneficios del uso de estas:

- La usabilidad demuestra reducciones del ciclo de desarrollo de los productos de 33 a un 50%⁷⁹
- El 63% de todos los proyectos de desarrollo de software sobrepasan su presupuesto, siendo las cuatro causas más importantes relacionadas con usabilidad.⁸⁰

⁷⁸ Joseph S. Dumas and Janice (Ginny) Redish. 1999. "A Practical Guide to Usability Testing" pag 17-19

⁷⁹ Bossert,J,1991. "Quality Function Deployment: A Practitioner's Approach", ASQC Quality Press, Wisconsin.

- El porcentaje de código que se dedica al desarrollo de la interfaz con los usuarios ha ido aumentando a lo largo de los años hasta un promedio de un 47 a 60% del conjunto de la aplicación.⁸¹
- La empresa Ricoh descubrió que el 95% de los usuarios encuestados nunca utilizaban las tres características claves diseñadas para hacer más atractivo el producto, bien por desconocer su existencia, no saber cómo utilizarlas o no entenderlas.⁸²
- Un 80% de las tareas de mantenimiento se deben a requerimientos de usuarios no previstos, quedando el resto debido a fallos y errores.⁸³

4.2.4 Situación actual de la usabilidad y de la accesibilidad electrónica.

Alrededor de un 20% de la población en edad de trabajar tiene un grado de discapacidad que exigiría criterios de accesibilidad electrónica para una utilización óptima de las TIC. Este nivel de demanda de soluciones de accesibilidad electrónica es lógico que aumente considerablemente con el envejecimiento de la población.

En la actualidad, se superan los 33 millones de europeos mayores de 50 años o mayores con discapacidades suficientemente importantes como para plantear desafíos directos sobre la accesibilidad electrónica. Además, hay otros 69 millones de europeos mayores de 50 años o más que tienen algún grado de discapacidad que debe ser tenido en cuenta en el diseño de productos y servicios de TIC.

A través del Centac⁸⁴ he descubierto un estudio realizado por el proyecto MeAC⁸⁵ y otros análisis como el de la Fundación Vodafone⁸⁶ entre usuarios y colectivos de la discapacidad, previos al estudio llevado a cabo para este proyecto, la realidad en Europa y en España es que los productos y servicios TIC utilizados en la vida diaria, continúan presentando importantes barreras para las personas con discapacidad y las personas mayores.

Es cierto que, hay una enorme variedad de estados y situaciones y que en general las soluciones y ayudas tecnológicas suelen ser bien valoradas por los colectivos de la discapacidad, y consideradas como las herramientas con más futuro, siempre y cuando se cumplan las condiciones adecuadas de usabilidad y accesibilidad y se sustenten con firmeza.

⁸⁰ Rex Hartson et Pardha S. Pyla "The UX Book: Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience"
" pag 33

⁸¹ <http://nestor2.coventry.ac.uk/~pevery/m23cde/docs/1%20Usability%20in%20context.pdf>

⁸² Nussbaum y Neff. "I can't work this ?ij# @ Thing" .1991

⁸³ Martin, J. et McClure, C: "Software maintenance: The Problem and Its Solution" Pag.214

⁸⁴ <http://www.centac.es>

⁸⁵ "MeAC - Measuring Progress of eAccessibility in Europe. Assessment of the Status of eAccessibility in Europe. Main Report", 2007

⁸⁶ Fundación Vodafone, "TIC y Dependencia. Estudio de opinión", Madrid, 2007

La mayoría de las barreras que existen a día de hoy en la accesibilidad electrónica, pueden ser resueltas de forma relativamente sencilla si los principales fabricantes de productos y operadores de servicios realizan los esfuerzos necesarios. Es cuestión de una mayor implicación por parte de estos últimos

Las soluciones para la e-Accesibilidad⁸⁷ (accesibilidad electrónica) pueden venir presentadas en el diseño original de los productos y servicios TIC, o pueden, como en la mayoría de las situaciones actuales, requerir soluciones especiales mediante tecnologías de ayuda para las personas con discapacidad.

Por razones de eficiencia económica, igualdad y sentido común, el principal procedimiento para asegurar la e-Accesibilidad sería mediante técnicas de diseño para todos aplicadas desde el principio del ciclo de vida del producto o servicio.

Dada su importancia económica y social, la accesibilidad electrónica ha acaparado en los últimos años una importante atención política. En Europa, la Comisión Europea ha declarado que la accesibilidad electrónica es "un imperativo social, ético y político" y por otro lado tiene una gran importancia a nivel económico y de mercado.

El proyecto MeAC incluía como principales objetivos el determinar el estado actual de la accesibilidad electrónica y el desarrollo de las políticas de e-Accesibilidad en Europa. Además pretende establecer las posibles necesidades futuras que permita la adopción nuevas medidas políticas a nivel de la Unión Europea. El estudio realizado en el proyecto MeAC ofrece una recopilación y una comparativa global del estado de la accesibilidad electrónica, incluyendo un repositorio en línea como una fuente de información viva que permite una comprensión más detallada de la situación de la accesibilidad electrónica en un país determinado.

4.3 Usabilidad y accesibilidad aplicadas a la información.

4.3.1 Justificación de su aplicación en la información.

En la actualidad, los estudios realizados sobre la usabilidad y la accesibilidad se han enmarcado en campos ya mencionados con anterioridad como son web, software, hardware, etc. En mi caso he volteado esa perspectiva de estudio, llevando esta tesis a investigar sobre el uso de estas cualidades en la Información en contenidos periodísticos digitales.

Según las definiciones⁸⁸ que nos ofrece el considerado padre de la arquitectura de la información, Richard Saul Wurman, establece las características de usabilidad y accesibilidad en un sitio web, como características a analizar. Su exposición es coherente en cuanto a proceso, pero con pérdidas de efectividad con el paso del tiempo. Esta obsolescencia⁸⁹ es debida a que se ha

⁸⁷<http://www.eaccessibility-progress.eu>

⁸⁸ "Es un proceso iterativo, transversal, que se da a lo largo de todo el diseño del sitio y en cada una de sus fases, para asegurarse de que los objetivos de su producción y del desarrollo de la interfaz se cumplen de manera efectiva"

⁸⁹ *La Arquitectura de la Información como disciplina no busca definir una metodología de diseño universal sino articular un conjunto de técnicas para ayudar al desarrollo y producción de espacios de información como los sitios web* [wikipedia](#)

generado toda una disciplina sobre una definición de *sitio web* anticuada, y dicha definición no ha sido actualizada ni tampoco los procedimientos que integran.

La información que circula por las redes de la Internet no tiene porque interactuar a través de sitios webs con los usuarios, sino que gracias a las tecnologías se puede utilizar software local o bien se *virtualiza* en un sistema de almacenamiento remoto, como por ejemplo el sistema de Cloud Computing⁹⁰

En este caso al hablar de información, me refiero al caudal informativo que se genera en una fuente de origen, se transforma en manos de un productor de contenidos periodísticos digitales y finaliza con el consumo de ese producto por parte de un usuario final.

Dicho estudio comprende tanto el contenido como el continente de la información, por tanto se analizará el mensaje y su evolución en sus distintas fases así como las herramientas relacionadas al transporte, modificación y consumo de la información.

Analizando los factores de usabilidad y accesibilidad en la información he llegado a conclusiones que benefician tanto al productor como al consumidor final. Es decir, podemos mejorar la calidad y cantidad de Información siempre y cuando exista una optimización en los flujos, y esto se consigue con este estudio.

El concepto de usabilidad sólo se comprende en términos de web o dispositivos, aunque la cierta ambigüedad de las definiciones que existen deja margen para aplicarlo a uno de mis objetivos de estudio, la información.

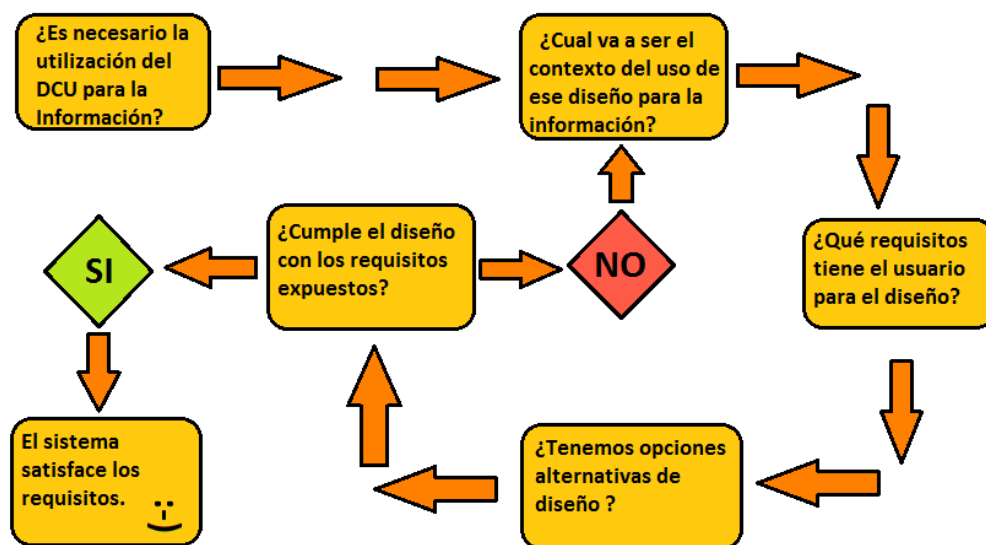
La usabilidad de la información permite medir el grado de eficacia, eficiencia y rapidez con la que la información permite alcanzar un grado determinado de conocimiento del contenido, un determinado grupo de usuarios y un determinado lugar de entrega.

Si estudiamos las cuatro actividades de análisis marcadas por la normativa ISO 9241 en su actualización a la ISO 13407 aplicadas al flujo informativo en el entorno actual podremos ver que deberíamos:

- Entender y especificar el contexto de uso de la información
- Especificar los requisitos del productor de contenidos y de la empresa de comunicación.
- Producir varias opciones alternativas en el diseño.
- Contrastar si el diseño propuesto cumple con los requisitos del usuario

⁹⁰ "Cloud computing" es un nuevo modelo de prestación de servicios de negocio y tecnología, que permite al usuario acceder a un catálogo de servicios estandarizados y responder a las necesidades de su negocio, de forma flexible y adaptativa, en caso de demandas no previsibles o de picos de trabajo, pagando únicamente por el consumo efectuado
[wikipedia](#)

APLICACION DE LA NORMA ISO 13407 AL USO DE LA INFORMACIÓN

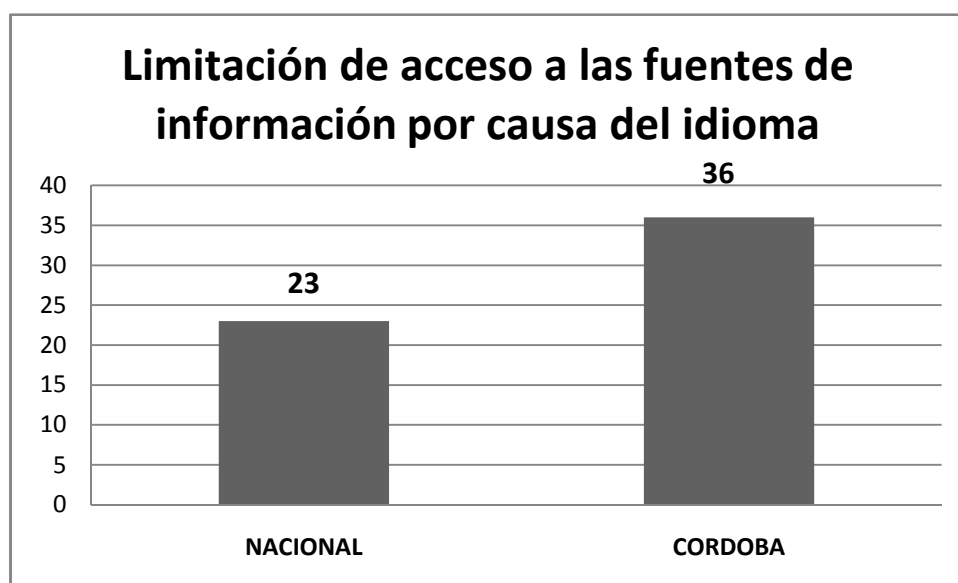


Gráfica 23. Aplicación de la norma ISO 13407 al uso de la información. Fuente: AENOR

Retomemos la definición antes expuesta sobre accesibilidad en la que la denominamos como la posibilidad de que un producto o servicio pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indistintamente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso. Aplicándolo esto a la información y tecnología, tendremos que la accesibilidad a las tecnologías de la información es el grado de nivel de posibilidades de poder a ser accedidas y usadas por el mayor número de productores de contenidos digitales o consumidores, indistintamente de las limitaciones propias de cada usuario o de las derivadas del contexto de uso de la información.

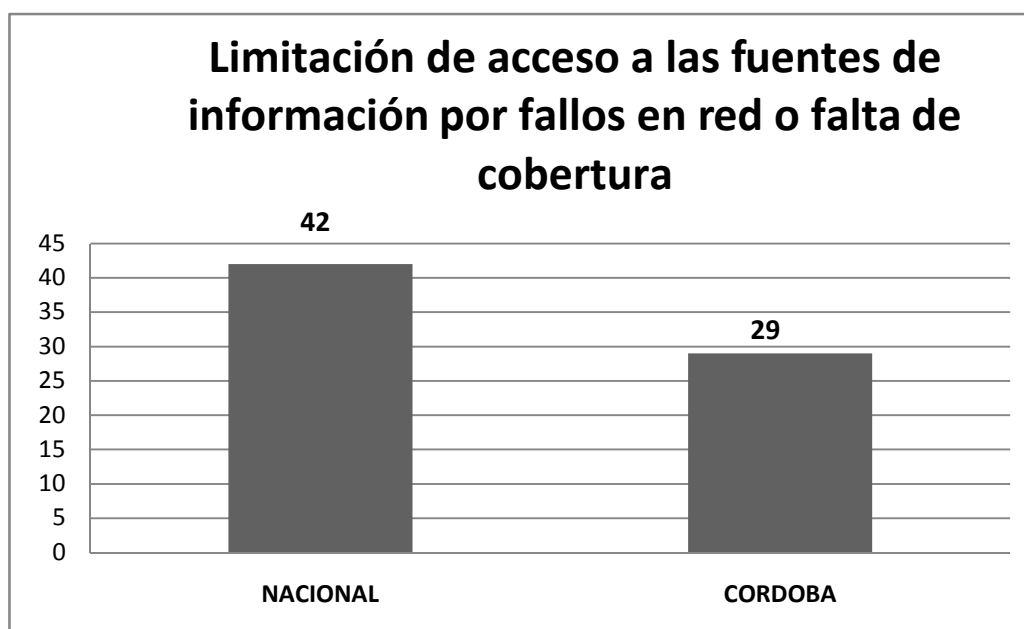
A partir de estas definiciones aplicadas a la accesibilidad de la información tenemos como ejemplo dos limitaciones que me he encontrado en este estudio, el idioma de las fuentes de información y falta de cobertura de señal.

Un 36% de los encuestados locales tienen problemas a la hora de acceder a los datos que les proporcionan sus fuentes de información, a causa del idioma, el usuario carece de la formación lingüística extranjera suficiente para poder interpretar lo recibido. Sin embargo a nivel nacional, esta limitación desciende un 13% situándose en la cifra de 23%.



Gráfica 25 Limitación de acceso a las fuentes de información por causa del idioma. Fuente: Elaboración propia.

El otro ejemplo de limitación de accesibilidad a la información , es la falta de red o cobertura. Si existen problemas de conectividad entre los dispositivos de productor y las fuentes, ya sea en redes 3G o Wireless en Internet o intranet, es patente que condicionaría su movilidad y su conectividad. Si el usuario desarrolla su trabajo fuera de la empresa de comunicación, y tiene acceso a todas sus fuentes en todo momento, optimizaría su nivel de accesibilidad. Curiosamente, un 42 % de los encuestados a nivel nacional desmienten que tienen problemas de accesibilidad a sus fuentes cuando se mueven fuera de su puesto de trabajo, mientras que en el caso de Córdoba, es algo menor, alcanzando un 29%.



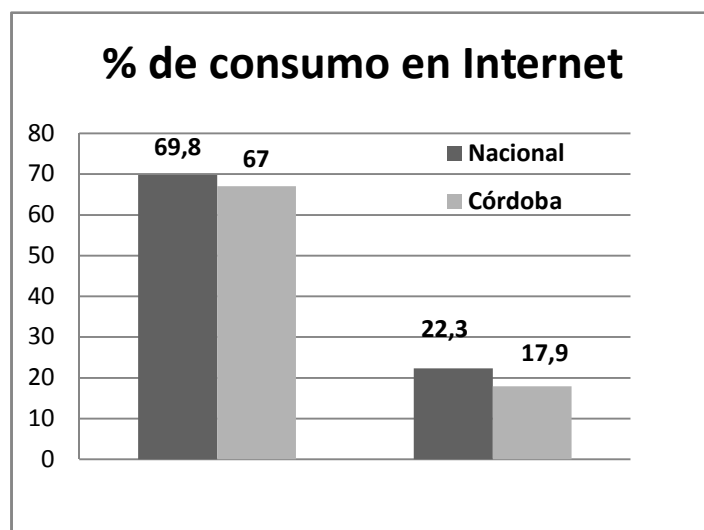
Gráfica 25. Limitación de acceso a las fuentes de información por fallos en red o falta de cobertura. Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Justificación de las áreas de aplicación de la usabilidad y la accesibilidad en la información.

En el mercado actual de la información y del ocio, el tiempo del público se ha convertido, quizás, en el objeto más codiciado por los medios. En la sociedad occidental, la gente dispone hoy de recursos económicos suficientes para consumir cualquier medio pero, en cambio, carece del tiempo necesario para su consumo. Asegurarse ese tiempo de consumo constituye, por tanto, un objetivo estratégico para los medios. No en vano, diversos autores definen ya el mercado actual de la información como un mercado de la atención. Esta gestión del tiempo es un punto clave para la optimización de recursos de producción de la información como del consumo de ella. Si se reduce el tiempo de la elaboración del producto, el consumidor supuestamente lo debe de recibir antes, con lo que la frescura de la información se hace atractivo el servicio.

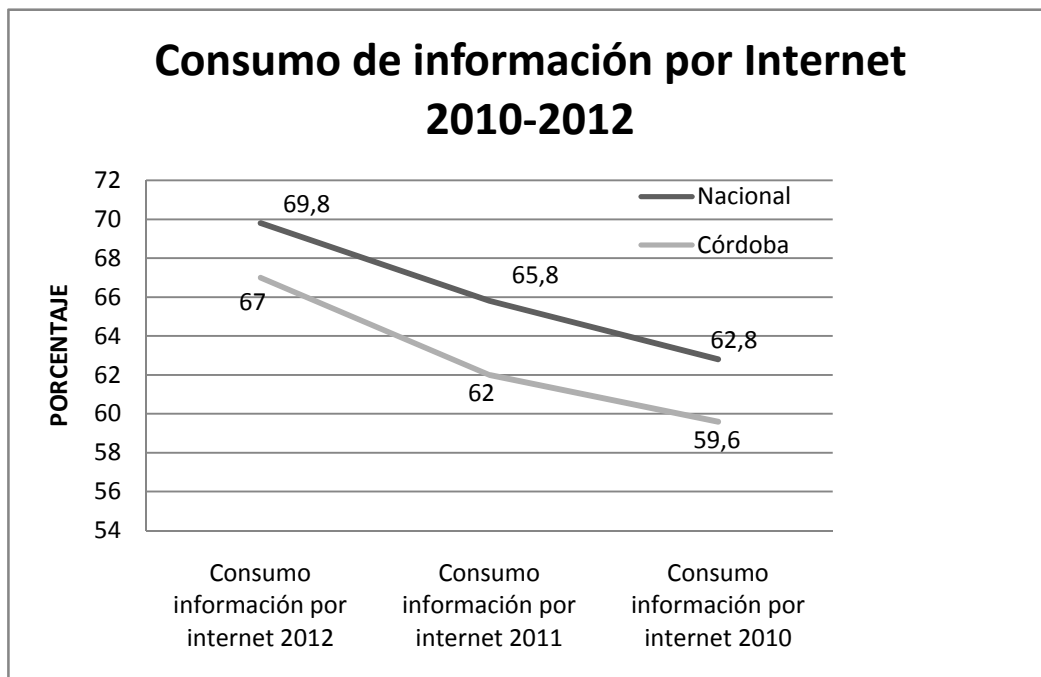
Por tanto en cuanto a las *áreas de estudio*, debemos fijarnos primordialmente en la actividad del productor de contenidos periodísticos digitales pero sin perder de vista las necesidades del consumidor de la información producida.

¿Y porque debemos tener en cuenta las necesidades del consumidor? Porque, por ejemplo, a la hora de planificar coberturas informativas combinadas entre diversos medios (esto es, coberturas multiplataforma), es necesario ajustar el ritmo de la transmisión informativa a los tiempos y hábitos de consumo preferidos por el público, el consumidor de información.



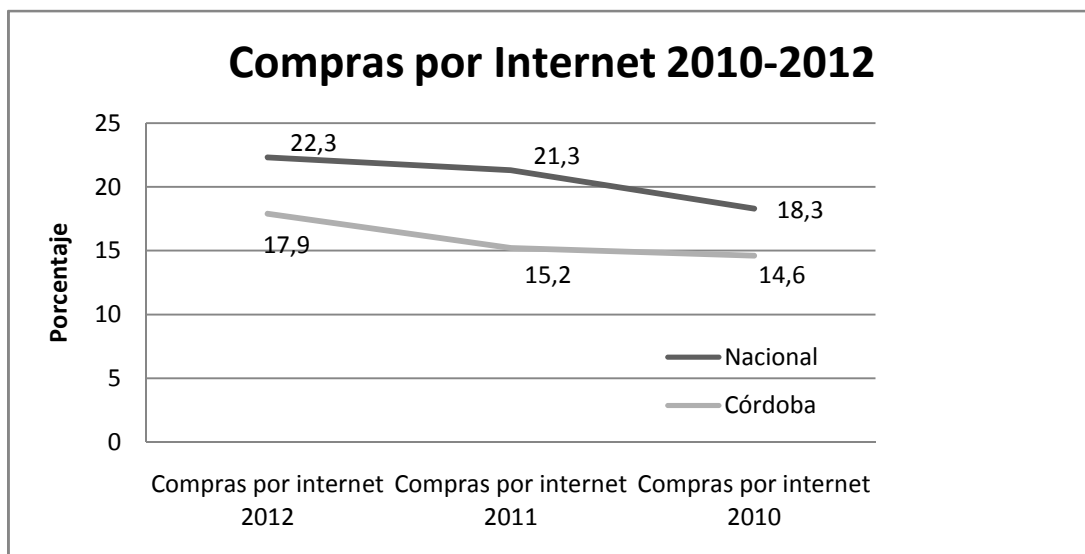
Gráfica 26. Porcentaje de consumo de Internet. 2012 Fuente: INE.

Como muestra de lo anterior y teniendo, en general, una plataforma de consumo que es la Internet, tenemos que un 69,8% de media en el 2012 usaron esta herramienta para la búsqueda y consumo de información y que un 22,3 % la utilizaron para desarrollar sus compras. Aunque con algunos puntos menos, el en caso de Córdoba, también sigue de cerca la misma estadística nacional.



Gráfica 27. Porcentaje de consumo de información por Internet. 2010-2012 Fuente: INE

Pero comparando ambos ámbitos geográficos a lo largo de los últimos 3 años, tenemos que existe un crecimiento en cuanto al uso de internet para la búsqueda y consumo de información por parte de todos los usuarios.



Gráfica 28 .Porcentaje de compras por Internet. 2010-2012 Fuente: INE

Lo mismo ocurre con las compras por la Red que poco a poco va generando más confianza por el usuario. Este dato puede ser importante de cara a las futuras estrategias de comercialización y explotación de tecnologías de la información.

Me reitero en que debemos centrarnos en la optimización del área del productor de contenidos periodísticos digitales para la obtención de un producto de alto grado que atraiga al cliente final, pero para ello debemos seguir la evolución de necesidades de consumo de este.

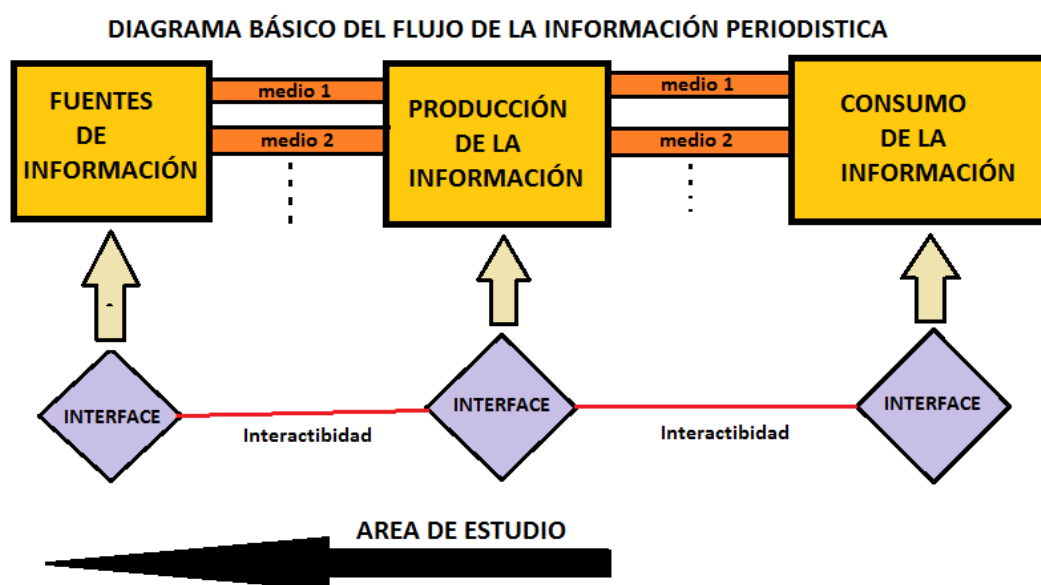
4.3.3 Justificación de las partes del flujo elegidas para la aplicación de la usabilidad y la accesibilidad en la información

Vamos a empezar considerando que el flujo de información periodística lo vamos dividir en tres grandes partes:

-Fuentes de Información

-Producción

-Consumo



Gráfica 29. Diagrama básico del flujo de la información periodística. Fuente: Elaboración propia

Para poder mover ese flujo de información de una parte a otra, hacen falta los llamados *medios de transporte de la información*. Estos pueden ser multiplataforma. Y para poder realizar la interacción entre información-persona y poder interpretar además de utilizar esa información se necesitan unos interfaces o dispositivos.

A medida de que avanza las TICs, aunque los flujos de la producción de la información posean una dirección, cada vez existe más interactividad entre las tres partes descritas.

En este estudio, me centré desde el primer momento, en las primeras dos partes desde las fuentes de información, sin perder de vista la tercera. Pero fue la primera, la más importancia tiene. Si el consumidor demanda un aumento de calidad y cantidad de información, habrá que optimizar, en

el productor de contenidos periodísticos digitales, la búsqueda en sus fuentes de información de materia prima informativa y las herramientas de producción del mismo.

Una vez, definidos los conceptos de las cualidades a evaluar así como la justificación en el flujo de la información, vamos a proseguir este estudio al perfil del productor de contenidos periodísticos digitales, desde su historia, formación, herramientas y la valoración usable y accesible de ellas.

BLOQUE V PERFIL DEL PRODUCTOR DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS DIGITALES

5.1 Introducción.

Antes de comenzar a discutir sobre los orígenes del periodismo, deberíamos saber de qué estamos hablando, es decir, qué es el periodismo en realidad.

Según la Real Academia Española, el periodismo es: *“la captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades.”* También se podría definir como la *“actividad y práctica de recolectar y publicar información relativa a la actualidad, especialmente a hechos de interés colectivo.”*

La difusión de esta información se realiza a través de distintos medios o "soportes" técnicos; así, hay periodismo gráfico (prensa escrita), oral (radio), visual (televisión) y multimedia (Internet). Y en términos de digitalización, he considerarlo llamarlo como productor de contenidos periodísticos digitales.

Además de una actividad también es considerado *“una profesión u oficio que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor.”* Si se define como oficio o profesión es porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria.

Podríamos resumir afirmando que el periodismo es una manera de conocer lo que ocurre a nuestro alrededor, de enterarnos de hechos en lugares que ni siquiera conocemos, es una manera de conocer el mundo. Un elemento que se debe ir adaptando a la actualidad y se puede considerar un pilar fundamental en la educación. Por ello, se puede relacionar con sistemas avanzados de enseñanza como el u-learning⁹¹ m-learning o t-learning^{92 93}.

Dentro de la educación de un individuo, independientemente de los sistemas que se utilicen (t-learning, e-learning, etc.), los contenidos están estrechamente vinculados con la información actual. Esta vinculación se basa en la por temporalidad. Mientras que ciertos contenidos poseen una atemporalidad o larga temporalidad, existen otros que tiene una corta temporalidad. Como ejemplo de ello, pensemos en las reglas matemáticas de la multiplicación, son reglas que siempre han sido así, por lo que se podría decir que gozan de una atemporalidad, sin embargo, si

⁹¹ http://www.virtualeducacaribe.org/index.php?option=com_content&view=article&id=131:conferencias-magistrales-y-paneles-abordaran-la-actualidad-educativa-desde-la-perspectiva-tecnologica-en-virtual-educa-caribe-2012&catid=30:vec-noticia-2012

⁹² <http://es.wikipedia.org/wiki/T-Learning>

⁹³ <http://www.funlode.org/Noticias/Detalledelart%C3%ADculo/tabid/82/smid/370/ArticleID/1545/reftab/70/Default.aspx>

hablamos de que la prima de riesgo⁹⁴ está en 550 puntos, es una información con ínfima temporalidad que nos informa sobre estado de la deuda de nuestro país. Por tanto, la información periodística actual forma parte de la educación de un usuario.

Además de sus funciones que históricamente se le ha atribuido, un productor de contenidos periodísticos digitales se debe de considerar como un proveedor de material educativo actual y de corta temporalidad.

En este bloque exploraremos los orígenes de esta disciplina y su evolución. Esto conlleva a que estudiemos en la historia el perfil profesional del periodista o productor de contenidos periodísticos digitales, la evolución de sus herramientas de producción y sus grados de usabilidad y accesibilidad. Y finalmente, analizaremos su formación y perfil profesional actual.

5.2 Historia del periodismo y de la Asociación del periodismo de Córdoba.

5.2.1 Historia y análisis del periodismo.

Uno de los problemas más importantes que se ha planteado siempre un historiador de la comunicación es, sin duda alguna, el del origen histórico del periodismo.

Es difícil encontrar algún libro que aborde la historia de manera universal.

Las opiniones respecto a este problema son múltiples, pero podemos resumirlas en tres grupos:

El primero considera que el periodismo *existe desde la más remota Antigüedad*, ya que se identifica comunicación con información. Desde que podemos hablar de la vida del hombre en la tierra ha existido la comunicación social y por ello podemos identificarlo con las primeras organizaciones estatales de las que tenemos noticia: en las ciudades-estado mediterráneas como en los grandes imperios del Próximo Oriente o en la antigua china, sin olvidar aparte al caso romano en el que muchos autores consideran la existencia de un fenómeno informativo al que ya denominan periodismo o como otras posturas, pre-periodismo. Esta postura tiene una concepción sociocultural.

El segundo grupo de autores considera que el origen del periodismo está vinculado al nacimiento y expansión de la imprenta en Europa, y su desarrollo inicial, paralelo al del Estado Moderno.

Considerando esta hipótesis podemos hablar del periodismo como el paso de las hojas manuscritas de la Baja Edad Media y el Renacimiento a las primeras hojas informativas impresas. Aunque todavía no es un fenómeno de masas, tiene que pasar un largo tiempo para que esto ocurra.

⁹⁴ <http://www.expansion.com/mercados/>

La última posición que debemos tener en cuenta respecto al origen del periodismo es la que Benito denomina “origen técnico”. Estos autores sitúan el nacimiento del periodismo en los primeros años del SXIX, cuando la revolución industrial inglesa descubre la máquina de vapor y la empiezan a aplicar a las máquinas de imprimir. Los que defienden esta postura piensan más en la trascendencia social del periodismo. Esta postura tiene una concepción exclusivamente técnica.

5.2.1.1 Comunicación antes de la imprenta.

Muchos consideran que el primer logro comunicativo del “homo sapiens” es el habla, pero eso no significa que no hubiera “comunicación” cuando el habla aún no se había logrado.

Desde siempre el habla está acompañada de un esfuerzo comunicativo gestual y conduce hacia un tipo de pensamiento “lógico” frente al “a-lógico”.

Es sin duda la revolución neolítica la que intensifica la verbalización, incrementándose el número de tareas nuevas, ya parece que el hombre ha adquirido un idioma verbal que no ha existido nunca. Se habla con ojos, gesto y el cuerpo entero.

En los tiempos mesolíticos es en Mesopotamia donde la más sureña de las ciudades, Eridú, muestra dieciséis niveles de ruinas. Del norte desciende un pueblo semita que se instala en la parte alta, y una división entre dos pueblos, Acad y Sumer, nos sitúan en el escenario principal. Son ellos, el pueblo de Uruk, quienes inventan la escritura.

Es ya una fase nueva en la historia del mundo. Los sumerios y los monumentos escritos lo están en esa lengua. Fijando la escritura el hombre fija ya dos dimensiones básicas de su conciencia vital: el espacio y el tiempo. Se escribe para hacerse presente al que se encuentra lejos y también para quien en el tiempo, viva más.

La segunda fase de la escritura será cuando pasa de ser ideográfica a alfabética, que será el sistema que llegue a nuestros días. Un problema fundamental desde la invención de la escritura será la búsqueda de soportes que reúnan todas las condiciones necesarias.

5.2.1.2 Comunicación después de la imprenta.

A la tradición oral le siguieron los manuscritos hechos sobre papiros, pergaminos o papel, en los cuales egipcios, persas y griegos (entre otros) relataban lo que sucedía a su alrededor, dejando, de esta manera, una constancia material de los acontecimientos de diversas épocas.

Un ejemplo claro de esto se da en Babilonia, donde, al parecer, existían ciertas personas que desempeñaban la tarea de historiógrafos, y cuya responsabilidad parecía ser la de escribir diariamente los acontecimientos públicos, religiosos y económicos en tablas de arcilla, valiéndose de signos cuneiformes (con forma de cuña) para ello.

Pero se necesitaba un soporte que además de permanente, fuera actualizable (capacidad para poder cambiar la información), accesible (que todo el mundo pudiera acceder a él) y en el cual se pudiera tener una gran cantidad de información en poco espacio.

El desarrollo del comercio, la consolidación de un nuevo modelo de vida urbana, la existencia de rutas comerciales cada vez más seguras y el desarrollo de una cultura escrita, nos

permiten suponer un incremento en el intercambio de información de “actualidad” ya desde el siglo XIII. Parece que fue en China donde se inventó el material que iba a permitir el gran salto, el papel. El papiro egipcio fue el primer soporte ligero capaz de liberar la escritura de soportes como la arcilla o la madera. El papel irrumpe en el SXIV en Europa para revolucionar el mercado de la escritura.

5.2.1.3 El salto a la periodicidad.

Muchos autores hacen comenzar la historia del periodismo, en un sentido estricto, con las primeras publicaciones periódicas impresas regulares, generalmente semanarios, las gacetas.

Estas se generalizan en Europa a lo largo del siglo XVII. Las primeras publicaciones aunque no periodísticas son los calendarios o almanaques. Ya existían manuscritos antes de la imprenta, surgen del taller de Gutenberg.

Ante el nacimiento y estabilización de las primeras gacetas semanales surgieron publicaciones de variada periodicidad.

Las dos posturas históricas sobre el origen del periodismo

Como ya hemos mencionado anteriormente se barajan distintas opiniones sobre cuando y cómo surgió el periodismo. Vamos a tratar las dos opiniones más relevantes de manera amplia, contándolas en profundidad.

- **Primera opinión histórica sobre el origen del periodismo:**

La comunicación actual es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen aquí un papel importante.

Así por ejemplo, cuando una abeja descubre una fuente de néctar, vuelve a la colmena para informar su hallazgo. A continuación comunica la distancia a la fuente a través de un baile y la dirección está determinada por el ángulo que forma el eje del baile.

A diario escuchamos, leemos y vemos diversos medios de comunicación, definirlos ha sido una tarea compleja para los especialistas, por la cantidad de conceptos que involucran. No obstante, se puede decir que son instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva a una sociedad, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa, y finalmente, se comunica.

El origen del lenguaje es un tema de discusión. Algunas palabras parecen imitar sonidos naturales, mientras que otras pueden proceder de expresiones de emoción, como la risa o el llanto. Las modificaciones del lenguaje reflejan las diferentes clases, géneros, profesiones o grupos de edad, así como otras características sociales, por ejemplo, la influencia de la tecnología en la vida cotidiana.

Los pueblos antiguos buscaban un medio para registrar el lenguaje. Pintaban en las paredes de las cavernas para enviar mensajes utilizando signos y símbolos para designar una tribu o pertenencia.

A medida que fue evolucionando el conocimiento humano, se hizo necesaria la escritura para transmitir información. Una de las necesidades más naturales del hombre es el afán de saber y de saciar su curiosidad. De ahí el interés que siempre ha manifestado en enterarse de las noticias y sucesos más importantes cercanos a él. Es por esto que puede afirmarse que el periodismo existió ya, aunque fuera bajo una forma embrionaria, en épocas muy remotas.

Se sabe que en la antigua Grecia, los ciudadanos libres, con la plenitud de la personalidad adquirida, concurrían a las Academias, a los pórticos de los templos, baños y jardines públicos, gimnasios, y aún al aire libre, para comunicarse las novedades de interés cultural, religioso, político y deportivo. Estas conversaciones suplían a nuestros modernos periódicos.

En la antigua Roma se redactaban por las autoridades escritos de carácter oficial denominados Acta Diurna Populi Romani, en los que se consignaban cuantas noticias y sucesos merecían importancia. Estos escritos se fijaban en los sitios más concurridos para que todos tuviesen conocimiento de ellos.

El primer periódico fue el Acta diurna que Julio César mandaba colocar en el foro romano en el siglo I antes de nuestra era.

En la baja Edad Media, las hojas escritas con noticias comerciales y económicas eran muy comunes en las bulliciosas calles de las ciudades burguesas.

En esta evolución conseguimos los orígenes del periodismo en Roma donde se comenzaron a realizar comentarios, anales históricos y actas en los cuales donde aparecen edictos, noticias de sociedad, sucesos y comentarios. Así se identifican dos diarios de relevancia el acta pública y el acta diurna, esta última revestía carácter oficial.

Estas publicaciones comenzaron a hacerse mas diarias, convirtiéndose en una manera de la cual informarse de los acontecimientos que ocurrían, por ello puede situarse aquí el origen del periodismo, no por las técnicas utilizadas para su publicación, que aún eran precarias, ni por la cantidad de personas que podían disfrutarlas, ya que al ser difícil la producción de las copias no eran suficientes, pero sin embargo sí por la función que éstas desempeñaban, que era puramente informativa, característica primordial, aún en la actualidad, del periodismo.

En la edad media, la práctica escrita cayó en franco desuso y se regresó a la tradición oral a pesar que algunos reyes escribieron sus gestas y los juglares se encargaron de contar las crónicas, hazañas de guerreros, milagros y acontecimiento de la época de pueblo en pueblo.

En el renacimiento europeo en especial el italiano, debido a la infinidad de sucesos que signaron a esta etapa de la humanidad, aparecieron en Venecia, las gazzetas, en las cuales se publicaban noticias de acontecimientos portuarios y comerciales, práctica que se propagó y popularizó por toda Europa.

Esta opinión histórica es paralela a la evolución social del hombre, por ello se la considera una corriente cultural.

- **Segunda opinión histórica sobre el origen del periodismo:**

Esta otra postura sobre el origen del periodismo lo sitúa en una época muy posterior. Los defensores de esta postura, dicen que en el pasado no hay indicios ni pruebas de que existieran sistemas de transmisión de información sino que el fenómeno del periodismo constituye un hecho muy reciente, sólo aparece en los albores de la Edad Moderna, y siempre unido al desarrollo de la imprenta.

Según esta opinión, para que se produzca el periodismo, propiamente dicho tienen que darse tres factores importantes: La posibilidad de producir textos fácil y rápidamente, pudiendo llegar a todas partes en el menor tiempo posible, la existencia de un público interesado en adquirir las noticias impresas, y por último, unos profesionales que satisfagan la noticia. Factores imprescindibles que según dicen, no existían en la Edad antigua. De ellos el más importante sin duda, y al que se atribuye la aparición del periodismo será a la invención de la imprenta.

La imprenta de tipos móviles se difundirá rápidamente por toda Europa en el siglo XV, dando lugar a una revolución cultural e informativa. Sin ella sería imposible explicarse la consolidación de las lenguas nacionales y de sus respectivas literaturas. Además la imprenta generó una industria, una nueva actividad económica, tanto en materia prima, como el papel, y al comercio del principal de sus productos, el libro, y más tarde la prensa periódica. Estos productos de la nueva industria cumplían una finalidad esencial que era la de la propaganda y la información, son el inicio de los futuros periódicos. Periodismo e imprenta son dos términos unidos.

Aunque aún hoy en día con los sistemas electrónicos y los medios audiovisuales, cuando hablamos de periodismo la imagen que se nos viene a la cabeza es la del papel impreso. El desarrollo de la imprenta de tipos móviles va a permitir el nacimiento de un flujo informativo cada vez más constante y con más amplia difusión, se producirá lo que denominamos el salto a la periodicidad, y ya con las gacetas, podemos hablar del periodismo propiamente dicho.

Inicialmente, se entendió por gaceta al papel público, periódico de política, noticias, teatros, moda, tribunales o solamente alguna de estas materias. Posteriormente, pasó a denominar a periódicos que no trataban de política sino de alguna rama especial de literatura, administración, etc. Tanto los que las redactaban como los que las vendían se conocían por gaceteros. Hoy es un término muy poco utilizado en favor del más extendido: periódico.

En la prensa en España y en América Latina, la más antigua de las publicaciones periódicas en lengua castellana fue el Correo de Francia, Flandes y Alemania, que empezó a publicarse en 1621. Veinte años más tarde Jaime Romeu inició en Cataluña la publicación del semanario Gazeta vinguda a esta ciutat de Barcelona, y en 1661 Julián Paredes dio a la prensa en Madrid el primer número de la Gaceta, diario que en 1697 pasó a llamarse Gaceta de Madrid. Hoy, tres siglos más tarde, se sigue publicando con el título de Boletín Oficial del Estado-Gaceta de Madrid.

El primer periódico impreso se publicó en Alemania en 1457, con el título de Nurenberg Zeitung. En 1493, circularon por Europa varias ediciones de una hoja titulada Descubrimiento del Nuevo Mundo por Colón. Todas las publicaciones hasta 1600 son ocasionales y sin periodicidad fija.

En 1615 aparece el Frankfurten Journal, en 1640 la Gazzeta pública de Italia, en 1641 se edita la Gaceta semanal de Barcelona, en 1661 aparece la Gaceta de Madrid, en 1695 nace en Inglaterra el

Stanford Mercury; dos años después de que apareciera en México el Mercurio Volante. Las gacetas pusieron interés en la publicación de noticias de actualidad, mientras que los mercurios se dedicaron, preferentemente, a publicar artículos de opinión y comentarios sobre acontecimientos culturales y políticos. Hasta ese entonces, el periodismo se limitaba a las formas impresas y orales, pero con la llegada de la radio, a principio del siglo XX, esto comenzó a cambiar, al tiempo que la visión de los periodistas se hacía cada vez más amplia, haciéndose aún mayor la necesidad de conocer a fondo lo que sucede.

De acuerdo con la aparición de cada medio de difusión (impresión, radio, televisión, medios electrónicos), el periodismo ha ido evolucionando según las exigencias y posibilidades que cada medio impone, lo que ha hecho que, actualmente, se entienda que, para cada medio, hay una forma de ejercer el oficio comunicativo.

Los primeros periódicos eran de formato reducido y por lo general sólo tenían una página. No tenían ni cabeceras ni anuncios y se asemejaban más a un boletín que a los periódicos actuales de página grande con cabeceras en negrita y abundantes imágenes.

El primer periódico inglés de tirada continua fue el Weekly News (1622-1641). Los primeros periódicos en Inglaterra contenían en su mayor parte noticias extranjeras, pero en 1628 aparecieron las primeras publicaciones por cuenta de los funcionarios que informaban de los debates en el Parlamento inglés. Estos periódicos se denominaban diurnos.

El primer periódico estadounidense de tirada continua fue el Boston News-Letter, fundado en 1704 por John Campbell. Este periódico, censurado por el gobernador de la Colonia de la Bahía de Massachusetts, contenía noticias financieras y del extranjero y recogía nacimientos, defunciones y sucesos de carácter social.

5.2.1.4 Evolución histórica periodística desde su origen hasta nuestros días.

No podemos quedarnos simplemente con las dos ideas en torno a las cuales gira el origen del periodismo, ya que éste fue evolucionando y cambiando según la época hasta convertirse en el periodismo actual. Tampoco fue igual en todos los lugares y sería demasiado extenso el analizarlos todos, por ello vamos a centrarnos en la evolución del periodismo en nuestro país.

Evolución histórica del periodismo en España

En cuanto a los orígenes no se diferencia mucho de otros territorios. La historia de la prensa en España se inicia con los Romances noticieros, que daban cuenta en verso de los sucesos de la Guerra de Granada en el siglo XV.

Los primeros temas de que se ocuparon fueron los relativos a la Reconquista y después los del Nuevo Mundo. En el siglo XVI será dominante el tema de la conquista de América.

La periodicidad, la continuidad, la ampliación y diversificación de los contenidos, y un claro propósito de divulgación de noticias, son las características propias de las gacetas y marcan las diferencias entre éstas y las relaciones.

El nacimiento de la Gaceta de Madrid se debe al hijo de Felipe IV, Juan de Austria, que tenía la necesidad durante su estancia en Flandes de disponer de una manera para expresar sus

ambiciones. En 1667 aparece la Gaceta ordinaria de Madrid impresa “con privilegios”, es decir, que el gobierno concedía el privilegio de imprimir en régimen de monopolio esta publicación a nombre de una persona o institución concreta. En 1680 debido a unos altercados y a la orden expresa de “los Alcaldes de la Casa y Corte” cesaron estas publicaciones y tuvo lugar un vacío informativo que duraría hasta el año 1683. Finalmente unos años más tarde a la Gaceta ordinaria se le fijó la cabecera de Gaceta de Madrid (1697). Felipe V concedió el privilegio de impresión.

La Gaceta de Madrid terminará siendo el periódico semanal que dará lugar a numerosas réplicas provinciales y que tendrá las mismas funciones que otras gacetas semanales europeas y hay una relación de continuidad entre ésta y la Gaceta nueva que había comenzado a publicarse en 1661.

El Siglo XVIII

Este año en España es un período de normalización. Con la nueva dinastía se abordó una racionalización legislativa en el terreno de la imprenta, inspirada en el Despotismo Ilustrado que fomentó una cultura dirigida, es decir con una fuerte censura. La monarquía borbónica defendió la prensa periódica considerando que podía ser un instrumento útil para la nación.

En la primera mitad del siglo, la prensa periódica todavía no es muy numerosa y la normalización legislativa no se produce hasta la segunda mitad del siglo. La prensa oficial dependía directamente de la secretaría de Estado mientras que la iniciativa privada se tenía que someter al Consejo de Castilla o al juzgado de Imprentas.

Con la dinastía borbónica asentada en el poder, el periodismo (y todo un proyecto cultural más amplio en el que se incluía) tuvo como principal misión el reforzamiento estatal. El de esta época es un periodismo de carácter ilustrado y de iniciativa fundamentalmente privada (para publicar hay que obtener, sin embargo, licencias de la Administración).

Ya en el reinado de Carlos IV y dentro de la política de reacción ante los hechos revolucionarios en Francia, destaca la Circular del Consejo del 5 de enero de 1790 que prohibía la circulación de todo tipo de papeles sediciosos. El año siguiente se decretó la suspensión de todos los periódicos excepto el Diario de Madrid, Mercurio y la Gaceta.

En 1758 nace la primera publicación diaria española, el Diario noticioso, curioso, erudito y comercial, público y económico de Mariano Nipho. Este hombre significa para la historia del periodismo el primer gran ejemplo de un periodista profesional en el sentido estricto. Llevó a cabo muchísimas otras publicaciones y se le considera el fundador del periodismo moderno español. Era un trabajador consciente, el primero que hace en España del periodismo una profesión. Incorporó además novedades como la correspondencia de los lectores en los periódicos o la división de éstos en secciones diferenciadas.

La década de los ochenta va a ofrecernos algunos de los momentos más interesantes de la prensa española en el siglo XVIII. Dentro de la línea de los periódicos sabios se publicaron también en esta década El Correo literario de Europa y el Espíritu de los mejores diarios literarios de Europa.

Prensa española durante la guerra de la independencia

Con el levantamiento popular de 1808 se va a establecer la libertad de imprenta. Flórez Estrada se declara defensor de la libertad de imprenta pero no habla de la libertad de expresión (tampoco se habla de ella en la Constitución de Cádiz). Esto sucede porque a los representantes en Cádiz no se les ocurre ninguna otra forma de expresarse que no fuese el papel. La libertad de expresión se asocia con la capacidad de leer y de escribir. Se defiende desde Cádiz un derecho de disfrute de tal libertad por una minoría (burguesía).

Por primera vez nace en España la prensa política y con ella la opinión pública. Las publicaciones de todas las tendencias se multiplicaron y el debate político adquiere una altura considerable.

En el marco de la Historia del Periodismo, la Guerra de la Independencia supone el nacimiento de una nueva fórmula de comunicación de la que harán uso los tres bandos (dentro de los españoles, el cuarto sería el francés: liberales, que saben más de prensa al haber publicado ya durante el siglo XVIII y la van a utilizar con más costumbre y rigor). Es una contienda a tres bandas de carácter discursivo. Esto significa que por primera vez en España nace y sale a la luz pública la política como uso público de la palabra.

La prensa se convierte en el principal vehículo de instrucción para los lectores españoles en el tiempo que duró la guerra. Una vez constituida, la Junta Central intentó poner freno a la libertad que se había generalizado pero no lo consiguió. Se constituyeron las Cortes de Cádiz que permitían la publicación de cualquier impreso sin ningún tipo de censura lo que hizo evolucionar notablemente el periodismo de todos los ámbitos.

La actividad ciudadana, el status de ciudadano va a venir dado por la posibilidad de votar y por la lectura de prensa. La lectura de prensa es un instrumento para el ciudadano. De hecho, la burguesía liberal se constituye como ciudadano leyendo prensa. Las funciones de la prensa en este proceso de formación del ciudadano van a ser la de conocer los proyectos políticos, la de hacer sentir al ciudadano integrado en la comunidad; la de hacer al ciudadano consciente de los problemas del país (la ciudadanía no es un status, es un proceso abierto en el que participan los medios de comunicación).

La prensa política se denomina así porque desde ella se hace política. A partir de ella se desarrolla la agenda política y se define el debate político de las instituciones. Los propios políticos (miembros de la burguesía representantes en las Cortes) son los que promueven y escriben en los periódicos.

La vuelta al Absolutismo

En 1814, tras la expulsión de los franceses de la península, Fernando VII regresa a España como monarca soberano y absoluto, aclamado por las masas. Los liberales, que tanto habían luchado para hacer sus reformas desde las Cortes de Cádiz, ven estupefactos cómo las masas piden a gritos la vuelta del Absolutismo y el final de la política liberal.

Las represalias contra los liberales de las Cortes de Cádiz son frecuentes y duras. Los periódicos han de cerrar ante la presión institucional de las fuerzas del Orden. El pensamiento liberal se ve obligado entonces a pasar a la clandestinidad.

Durante estos seis años comprendidos entre 1814 y 1820 el periodismo se caracteriza por el silencio publicitario. Hablar de periodismo en esta época es hablar de la nada. El periodismo ha

sido aniquilado y la única prensa que sale a la calle es la prensa oficial.

En 1820 triunfa el levantamiento de Riego, cuando un destacamento que iba a América a aplacar una insurrección se levanta en armas contra el absolutismo de Fernando VII. El levantamiento tarda tres meses en triunfar, debido en parte a los problemas que hubo para informar sobre él (en Madrid no se tuvo constancia de él hasta mes y medio después de que se produjera).

Tras el levantamiento de Riego se obliga a Fernando VII a jurar la Constitución.

Los absolutistas van a utilizar formas de comunicación no institucionalizadas, como la comunicación oral (rumores, sermones del clero). El objetivo de los absolutistas es el de llamar a la ciudadanía a la desobediencia civil. A través de estos vehículos de comunicación oral se transmite un discurso que más que una ideología es una contra ideología, pues su única función parece ser la de ir en contra de las ideas liberales.

En 1820 se proclama la libertad de imprenta a través de un decreto directamente inspirado en la Ley de 1810. Debido a los efectos de esa ley, todo lo que no era prensa ordinaria (folletos, hojas volanderas) pasa a la clandestinidad. En 1822 se reforma el decreto y se tipifican todos los delitos posibles en la actividad periodística (calumnia, injuria). También en 1822 se confirma el juicio por jurado popular para delitos de imprenta. La magistratura era eminente antiliberal y por ello el Gobierno liberal se ve obligado a tomar esta medida, para proteger las publicaciones. Entre 1829 y 1843 prácticamente no se procesó a ningún periodista.

En 1823 vuelve a cambiar el panorama político con la intervención de los Cien Mil Hijos de San Luis en defensa del absolutismo. Vuelve al absolutismo representado por la persona de Fernando VII. Se producen entonces los mismos actos de represión, cierres de cabeceras y represión de liberales de 1814.

Sin embargo, en 1828 Fernando VII inicia un tímido aperturismo, provocado sobre todo por la cuestión carlista (ha de ganarse a los liberales en su lucha contra su hermano Carlos María Isidro). A partir de esa fecha, se permite la publicación de cabeceras costumbristas y románticas, lo que significa que el pensamiento liberal está intentando salir del ahogo al que le ha sometido el monarca a través de iniciativas periodísticas socio-culturales y no políticas.

La Restauración y el siglo XX

El marco político de la Restauración está presidido por la figura de Cánovas del Castillo, verdadero ideólogo de este período. La principal característica del período es la del orden frente a la inestabilidad del sexenio revolucionario. Para asegurar este orden, Cánovas creó el sistema bipartidismo de turnos, en el que las dos fuerzas mayoritarias del país, conservadores y liberales (liderados respectivamente por Cánovas y Sagasta), gobernaban alternativamente el país. Aquellas fuerzas que no entren en ninguno de los dos partidos (como los carlistas o los republicanos) quedaban fuera del sistema.

En este período para publicar un nuevo periódico se requería de una licencia del Ministerio de la Gobernación. Tras la disminución de cabeceras al comienzo de la Restauración, volvemos a asistir a una multiplicación de las mismas a partir de 1883, alcanzando su cota máxima en 1886. Desde ese momento el número de cabeceras disminuirá progresivamente. El periodismo español está,

por fin, en una fase claramente industrial que hace indispensable la concentración de las empresas.

La libertad de expresión consolidada permite que toda opinión política pueda contar con un órgano periodístico propio y será muy alto el número de periódicos políticos de partido. Los dos grandes partidos que se turnaron en el poder en los años 80 y 90 contaban también con órganos propios de expresión.

Tradicionalmente en la historia del periodismo a finales del siglo XIX hablamos de la prensa de masas cuando los diarios alcanzan o superan el millón de ejemplares de tirada. El periódico de mayor difusión en los últimos años del siglo en España, El Imparcial, alcanza tiradas de 120.000 a 140.000 ejemplares, lo que era una cifra considerable. La profesión de periodista estaba todavía más en el siglo XIX que en el siglo XX. A las empresas periodísticas cuyo origen había estado en el siglo XIX, vinieron a sumarse otras nuevas que iban a jugar un papel trascendente en la prensa española del siglo XX como será “La Prensa Española”.

El periodismo durante la dictadura franquista y la transición

Uno de los conceptos claves de la ideología franquista es la nacionalización de las masas, haciendo desaparecer el concepto de clase. Este modelo de nación integrada y asociada aparece como opuesta a la disgregación producida por los ideales democráticos; la libertad se asocia al caos. La ciudadanía ya no tiene derechos, ahora son todos del Estado.

La prensa ha de ser la creadora de una conciencia nacional, ha de cohesionar a la ciudadanía y unirla en el régimen. Gracias a la prensa se conocen las instituciones, de ahí que la prensa legitime al Estado. Para Franco, la buena prensa no sólo va a ser la confesional, sino aquella que defienda el estado totalitario.

En 1938, se promulga la Ley de Prensa Súnier, que no es sino una copia de la Ley de Prensa de Mussolini de 1935. Regula el número y la extensión de las publicaciones periódicos (acaba con la libertad de empresa). Faculta al gobierno para designar director, con lo que éstos van a pasar a ser comisarios políticos. Ningún periódico podría protestar ante esto, pues el director estaba nombrado por Franco. A La Vanguardia se le obligó a cambiarse el nombre (La Vanguardia Española) y a finalizar, por supuesto, con su carácter liberal. Además, se reglamenta la actividad periodística: se necesita el carné de periodista, dispensado por el Registro Oficial de Periodistas. Se requería ser incondicional del régimen. Hay, por tanto, que depurar la profesión, expulsando y procesando a todos los periodistas rojos. También se vigila y censura la actividad periodística. Censura no es sólo igual a silenciamiento, sino también a dictar consignas.

El régimen franquista se caracteriza por un periodismo de un bajo nivel tanto en lo profesional como en lo relativo a las organizaciones empresariales en las que participaba. Un bajo nivel que se deriva en primer lugar de la formación recibida en las Escuelas Oficiales de periodismo que no llegaban a proporcionar una formación profesional digna de tal nombre. Ellas sirvieron, por lo demás, de matriz para las futuras Facultades de Ciencias de la Información, y de ahí provienen no pocos de los problemas de estas últimas.

Una vez iniciado el proceso conocido como transición democrática, tiene lugar lo que podríamos llamar el giro mediático, cuyo significado es doble. El primero se produce de manera objetiva debido a la necesaria participación de los medios de comunicación en la configuración de una opinión pública que hasta entonces no había tenido ningún protagonismo político. El segundo

tiene que ver con las auto percepciones de los periodistas como aliados (o consejeros) principales de la nueva o reconvertida clase política. Esta connivencia de periodistas y políticos en la transición democrática se convierte en un rasgo que ya ha pasado a formar parte estructural de la profesión. Y un rasgo ciertamente que no favorece el periodismo entendido como información al servicio del público.

El periodismo desde la democracia hasta la época actual

Tanto la prensa escrita como la radio y la televisión, además del cine o la publicidad son totalmente distintas antes y después del proceso de transición. No sólo porque puedan gozar de la libertad de expresión, sino porque hay importantes cambios de propiedad y porque los medios de comunicación españoles viven la renovación tecnológica común a los demás países. Con la llegada del PSOE al poder se crea el grupo multimedia privado más importante de España, formado por “El País”, “Cadena Ser” y “Canal Plus”. A lo largo de la década de los 80 comienza un proceso que llega hasta hoy en el que tiene lugar la configuración de dos modelos de periodismo. De un lado, la información comienza a tener un mayor peso dentro de los diversos medios de comunicación. Por otro lado, las funciones de influencia, presión y moralización dotan a esta práctica de un poder al que no todos están dispuestos a renunciar. En este último caso puede decirse que estamos frente a un periodismo sin información. Es el periodismo del “todo vale” con tal de lograr los objetivos personales o de grupo. Los medios de comunicación se entienden como simples instrumentos para la defensa de las convicciones personales o para la puesta en marcha de campañas de moralización política e ideológica al servicio de objetivos inconfesados.

Pero a diferencia de lo que ocurre en otras sociedades, en las que ambos modelos se encuentran nítidamente separados (prensa de calidad/prensa sensacionalista), en España se superponen. Así es posible encontrar en un mismo medio información rigurosa junto a otra que es puro periodismo “amarillo”; o presentar temas o pretendidos análisis sustanciales con procedimientos propios de la prensa del corazón. El público, por lo demás, no siempre tiene acceso a las claves que le permiten diferenciar cuándo se trata de un tipo u otro de periodismo.

5.2.2 Historia del Periodismo Cordobés.

5.2.2.1 Origen

La prensa cordobesa en comparación a otras provincias de Andalucía, ha sufrido un nacimiento algo tardío. Se escribieron notas sueltas en referencia a eventos, como por ejemplo en 1624 la entrada de Felipe IV en El Carpio escrito por *Páez de Valenzuela* pero no será hasta 1790 cuando se imprima el primer periódico llamado *Compendio semanal del noticias de Córdoba*, redactado por Bernardo Alberich. Además este periódico tuvo su competencia escrita con otro periódico que apareció después y que llamarón Phylopatro.

Ambos, se vieron abocados al fracaso por poca venta de números, Phylopatro con dos ediciones y el Compendio con catorce, y porque en 1791 Carlos IV cerró todos los periódicos a excepción del Diario de Madrid. Ya en esa época, comenzaron a darse cuenta del poder que tiene la información, y se decide eliminar todos los productores de esa información y mantener una producción que puede controlar el contenido de la misma.

Curiosamente, en 1801, es a la iglesia a la que conceden la edición de varios diarios en distintas provincias incluida la de Córdoba que es la que la edita Fray Domingo Quirós.

En cuanto a las fuentes de información que se establecen en estos inicios de la prensa de Córdoba, son los comunicados de eventos políticos y sociales, facilitados por el mismo Gobierno o por el boca a boca de la población. Se podría decir que también se comienzan a realizar, convocatorias de prensa, para relatar las hazañas en las batallas y eventos diversos.

La producción de esa información, carecía de mucha elaboración por el sometimiento de una vigilancia en los contenidos publicados, en la mayoría de los casos era transcripción de los mismos, sin ninguna libertad de expresión. Las herramientas de producción eran pluma, tinta y papel, además de la imprenta para su difusión.

Claro está, los periódicos eran artículos de lujo, en los que solo los eruditos podían leerlos. No era cuestión de restricciones en la adquisición sino que existía un nivel grande de analfabetismo y además no se podían permitir cambiar un plato de comida por un periódico.

5.2.2.2 Desarrollo

Hasta la crisis del 98, es escasa la evolución que tiene la prensa en Córdoba, a excepción del nacimiento en 1850 del Diario de Córdoba de la mano del impresor local Fausto García Tena. Evitan desde un principio incluir temas políticos para conseguir una durabilidad de su producto, ya que vieron como revistas de la época cayeron tras pocos números de impresión. Apelaban a la moderación y a la independencia, y que han intentado que perdure hasta el día de hoy. Aunque en tiempos difíciles de la guerra civil, maniobras franquistas le obligaron a cerrar.

A partir de 1898 comienza a surgir la prensa local en la provincia de Córdoba en pueblos como Aguilar de la Frontera, Cabra, Castro del Rio, Lucena, Montilla, Montoro, Peñarroya-Pueblonuevo entre otros.

Es muy llamativa la ausencia en Córdoba de una prensa obrera tanto en esos años de crisis como en los siguientes, no será hasta en 1918 cuando vea la luz un periódico obrero. En el 1911 se publico un boletín oficial de la Asociación de Tipógrafos y sus ramos afines, pero no se considero como periódico. Y en contraposición a estas publicaciones se ve brotar una línea de sindicatos católicos en que plasman en papel un Boletín de la Federación católico-agraria de Córdoba un año después.

También aparece en escena prensa de distinta temática como revistas médicas, pedagógica, economía y otras católicas como El defensor del pueblo (1899-1938).

En las dictaduras, tanto la de Primo de Rivera como en el Franquismo, la prensa a favor de la patria y católica, son reforzadas, mientras que otras publicaciones son censuradas en su contenidos o, incluso, suprimidas. Es el caso de la publicación falangista *Azul* que en 1941 cambia su nombre a *Córdoba* que seguirá publicando después de la dictadura Franquista.

El diario Córdoba vuelve a resurgir en 1987 pero dos años después es cerrado por la poca aceptación por parte del público. Mientras que en el 2000 aparece El Día de Córdoba. En la actualidad, el diario *Córdoba* y el diario *El día de Córdoba*, son los más leídos de en estas tierras.

En cuanto a otros medios convencionales, fueron apareciendo a lo largo del siglo XX.

En el caso de la radio, la primera en aparecer fue la emisora EAJ-24⁹⁵ en manos de Rafael Muñoz y Pepe Posadillos en el año 1933, pero ya radiaban sin licencia desde el año 30 con la identificación EAR-213⁹⁶. Paso a llamarse *Radio Córdoba*⁹⁷ hasta que en la década de los 90, se vendió a la *Cadena Ser*.

Y la televisión aterrizó cuando lo hizo Televisión Española en un ámbito nacional, pero a principios de los años 80 Proconos S.A comenzó a hacer una distribución de videos comunitarios hasta que en 1988 comenzó a emitir contenidos propios siendo la primera televisión local en emitir en Córdoba y provincia.

5.3 Formación del Productor de Contenidos Periodísticos Digitales.

La educación universitaria y la formación continua en el productor de contenidos digitales son puntos cruciales de cara a desarrollar un trabajo cualificado y de calidad.

5.3.1 Educación universitaria.

En la actualidad, los nuevos contratos para desarrollar actividades periodísticas es necesario tener dicha titulación universitaria para evitar que se incurra en intrusismo. Aunque nos encontramos nuevos perfiles laborales como Community Managers que gozan de un limbo legal, y según algunos criterios, están colonizando la comunicación en cualquiera de sus vertientes reconocidas⁹⁸.

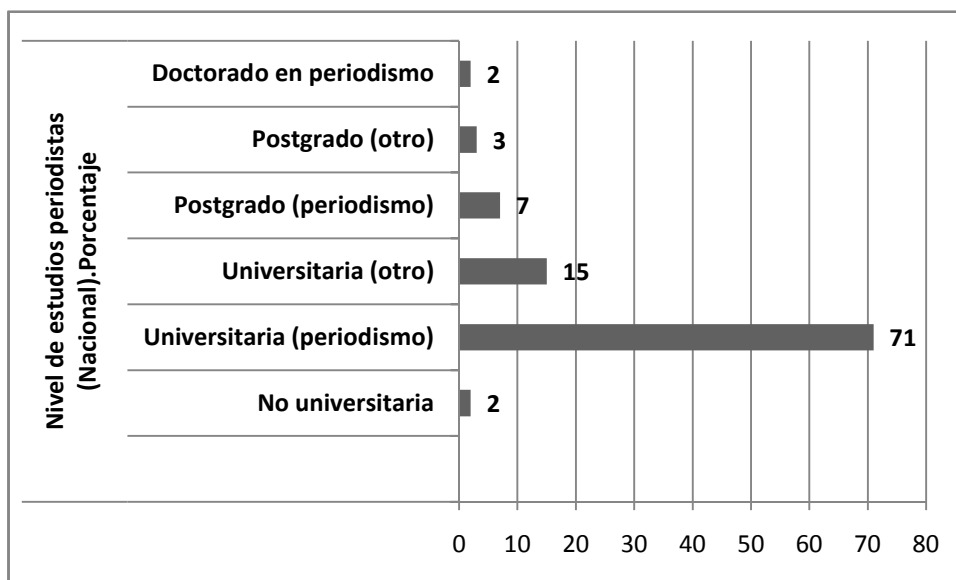
Dentro del mundo de la comunicación informativa nos podemos encontrar con productores periodísticos que poseen titulación y otros que no. Esto es debido a que antiguamente, demostrar experiencia laboral en el sector bastaba para ser apto para el perfil.

⁹⁵ <http://telefonica.net/web2/radioescuchadx/radiocordoba.htm>

⁹⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_C%C3%B3rdoba

⁹⁷ <http://www.radiocordoba.es/>

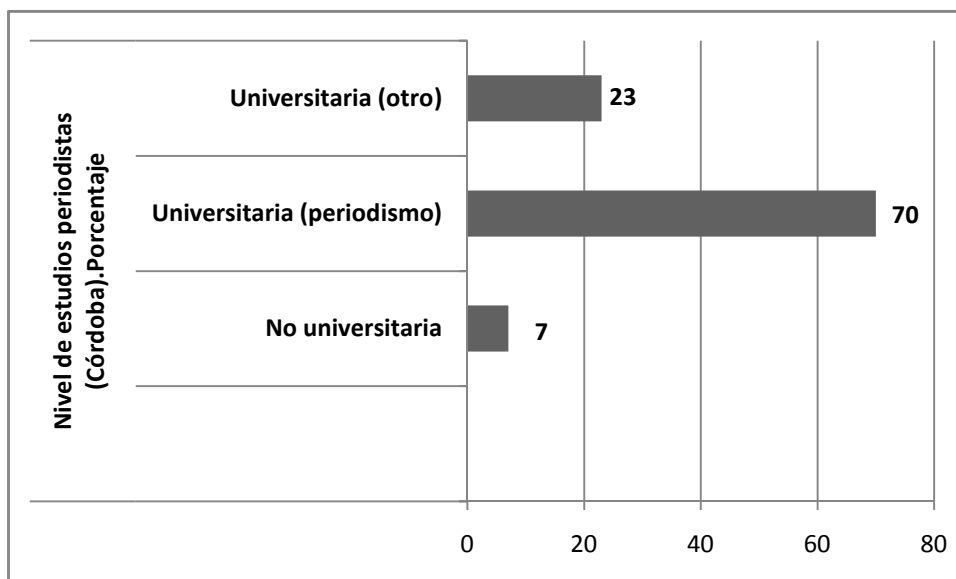
⁹⁸ <http://www.marketingcomunidad.com/el-perfil-del-community-manager-%C2%BFintuicion-o-investigacion.html>



Gráfica 28. Nivel de estudios de periodistas a nivel nacional. Fuente: Encuesta de investigación

Un 71% de los profesionales que se encuentran en activo a nivel nacional, poseen una titulación universitaria de Periodismo, mientras que un 12 % está ejerciendo con otra titulación y un 5% no posee ninguna titulación universitaria.

En el caso de Córdoba, tenemos un 70% de titulados en Periodismo, un 23% tiene otra titulación universitaria mientras que un 7% no tiene ninguna titulación universitaria.



Gráfica 29. Nivel de estudios de periodistas a nivel nacional. Fuente: Encuesta de investigación

Estos son datos actuales resultado de una evolución positiva de porcentajes de titulados en Periodismo en años anteriores, que está relacionado también con la tasa de matriculados y licenciados universitarios. Ambos poseen una pendiente ascendente, por lo que apunta que si se mantiene en esta trayectoria, conseguiremos que todos los productores de contenidos periodísticos digitales cumplan los requisitos mínimos para su trabajo. La mayoría que carecen de

esta titulación o no tienen ninguna universitaria, se halla en la franja de edad de 45 a 65 años, por lo que las jubilaciones serán un punto positivo además de la ayuda de los colegios y asociaciones de periodistas, que velarán por derechos del profesional además que lucharán contra la colonización del sector.

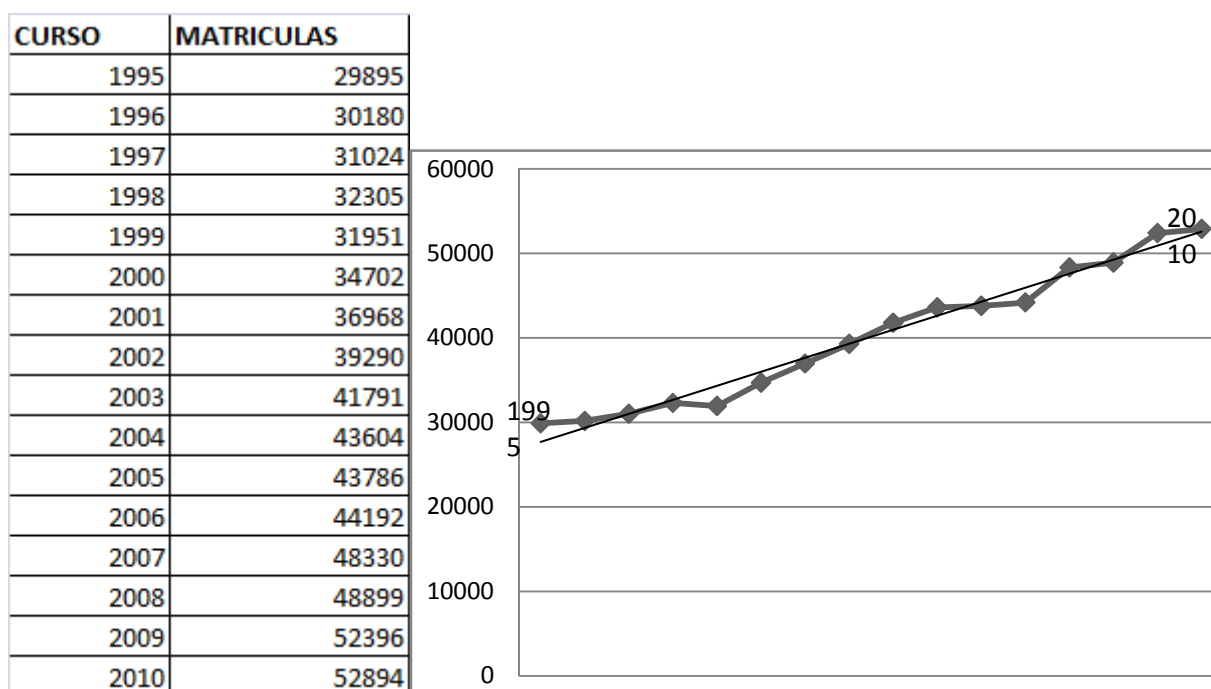


Tabla 18 y gráfica 30. Matriculaciones Periodismo desde 1995 al 2010.S. G. de Análisis, Estudios y Prospectiva Universitaria, Secretaría General de Universidades Fuente: MEyC.

Por otro lado, creo interesante exponer otros datos secundarios sobre matriculación y licenciados universitarios:

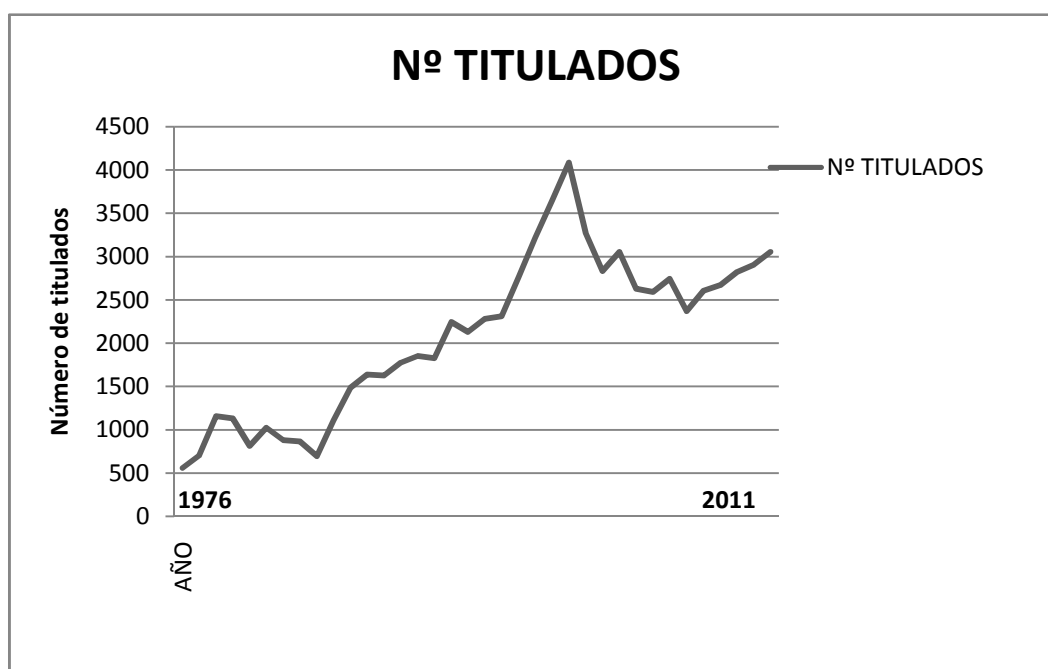
- La mayoría de las titulaciones universitarias que no son Periodismo y que poseen los trabajadores en activo, tanto a nivel local como estatal, son: Derecho, Historia, Comunicación Audiovisual y Magisterio.
- En España hay 35 universidades, públicas y privadas, que imparten el Grado de Periodismo.

UNIVERSIDADES QUE IMPARTEN EL GRADO DE PERIODISMO EN ESPAÑA			
Rovira i Virgili	<i>Pública</i>	C. U. Villanueva	<i>Pública</i>
Rey Juan Carlos	<i>Pública</i>	CEU San Pablo	<i>Privada</i>
Complutense de Madrid	<i>Pública</i>	Camilo José Cela	<i>Privada</i>
Carlos III de Madrid	<i>Pública</i>	San Jorge	<i>Privada</i>
Jaume I de Castellón	<i>Pública</i>	Internacional de Catalunya	<i>Privada</i>
Santiago de Compostela	<i>Pública</i>	Ramon Llull	<i>Privada</i>
Zaragoza	<i>Pública</i>	Europea de Madrid	<i>Privada</i>
La Laguna	<i>Pública</i>	CEU Cardenal Herrera	<i>Privada</i>
Sevilla	<i>Pública</i>	Católica San Antonio Murcia	<i>Privada</i>
Castilla-La Mancha	<i>Pública</i>	Antonio de Nebrija	<i>Privada</i>
País Vasco	<i>Pública</i>	Vic	<i>Privada</i>
Valencia	<i>Pública</i>	Navarra	<i>Privada</i>
Lleida	<i>Pública</i>	Abat Oliba CEU	<i>Privada</i>
Pompeu Fabra	<i>Pública</i>	Europea Miguel de Cervantes	<i>Privada</i>
Murcia	<i>Pública</i>	U. a Distancia de Madrid (UDIMA)	<i>Privada</i>
Miguel Hernández de Elche	<i>Pública</i>	Francisco de Vitoria	<i>Privada</i>
Islas Baleares	<i>Pública</i>		
Autònoma de Barcelona	<i>Pública</i>		
Málaga	<i>Pública</i>		

Tabla 19. Universidades que imparten el grado de periodismo.

- La Universidad Complutense de Madrid (UCM), la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y la Universidad de Sevilla (US) son las universidades que más profesionales en activo han licenciado según las encuestas realizadas.
- Hasta el 2011 en España hay 75.346 licenciados⁹⁹. En este gráfico podemos ver la evolución de la tasa de matriculados desde 1976 hasta el 2011. Siendo en 1999 cuando más titulados en Periodismo se dieron en España, un total de 4084.

⁹⁹ Ver Anexo 3



Gráfica 31. Número de Titulados en Periodismo entre 1976 y 2011. S. G. de Análisis, Estudios y Prospectiva Universitaria, Secretaría General de Universidades, Fuente: MEyC.

Una vez que hemos visto el nivel de formación de los productores de contenidos periodísticos digitales vamos así como la evolución de la tasa de matriculación universitaria, vamos a adentrarnos en valorar que contenido en nuevas tecnologías tienen los planes de estudios de la titulación universitaria.

Hace más de tres décadas (1972) que comenzaron los estudios de Comunicación en las universidades españolas. Desde sus orígenes, éstos han sido sometidos a replanteamientos en los contenidos y en los métodos, intentando incorporar necesidades y demandas sociales. Pero hoy, con la perspectiva de 35 años de enseñanzas en Comunicación y próxima la revisión de los planes de estudio para la convergencia europea (declaración de Bolonia), parece un buen momento para reflexionar sobre la turbulenta evolución seguida por los estudios de Comunicación.¹⁰⁰ Los estudios de Comunicación tienen su origen en las escuelas de periodismo, de radio y televisión, que actuaron como embriones de las actuales facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación.

En el estudio realizado por la Agencia Nacional para la Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) sobre los “títulos de grado en Comunicación”¹⁰¹, se indica que anteriormente a este periodo “ya se localizan otras iniciativas que ponen las bases de estos estudios, como es el caso

¹⁰⁰ Farias Batlle, P. (2006). “Reflexiones sobre la disciplina de Empresa Informativa en el conjunto de los estudios de Comunicación”, en *Reflexiones en torno a la libertad de empresa informativa*. Madrid, UCM.

¹⁰¹ Ante la necesidad de adaptar los estudios de Comunicación a los acuerdos de Bolonia, se puso en marcha un grupo de trabajo, coordinado por el entonces decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, Marcial Murciano, a fin de proponer un modelo para los títulos de grado en Comunicación. Este grupo realizó para la ANECA el Libro Blanco de las Titulaciones de Comunicación (ANECA, 2004), y del que se realizó para el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005* un amplio resumen.

del curso de periodismo organizado por el catedrático y periodista Fernando Araujo y Gómez, en la Universidad de Salamanca, el año 1887”.

Desde 1972, con la puesta en marcha de las facultades de Ciencias de la Información de Madrid, Barcelona y Navarra, comienza una alocada carrera a la búsqueda de un cuerpo científico propio para los estudios de Comunicación.

En un principio, se incorporó para la docencia a profesores de otros campos disciplinares, peaje obligado para unos estudios que daban sus primeros pasos y que necesitaban del amparo científico y metodológico del que carecían. Pero aun reconociendo en justicia el “esfuerzo y la contribución de esas áreas de conocimiento en la formación de las Facultades de Comunicación”¹⁰², también hay que manifestar que, en ocasiones, se produjo una excesiva dependencia, hasta el punto de actuar como lastre para el desarrollo de materias específicas.

Desde entonces, algunas facultades han puesto encima de la mesa más de dos planes de estudios distintos y estamos próximos a una nueva reforma integral en todos los centros.

Meros maquillajes algunos y profundas transformaciones otros, los cambios no han estado libres de polémica: cuando las transformaciones profundizaban en lo específico, porque olvidaban aspectos formativos esenciales del entorno de las Humanidades; cuando las reformas planteaban incorporación de materias afines a otras áreas (Literatura, Sociología, Filologías), porque dejaban poco espacio para lo específico.

Y, así, algunas publicaciones dicen que entre desaciertos, aciertos y errores se han ido configurando unos planes de estudio que, en algunas facultades, podrían ser reproducciones de los planes de Madrid y Barcelona, mientras que, en otras, algunas publicaciones¹⁰³ afirman que *“ante la excesiva innovación y el incidir populista en la demanda de prácticas y nuevas tecnologías las han convertido, más que en centros para el desarrollo en el espíritu crítico y en contenidos multidisciplinares, en meras extensiones de la Formación Profesional”*.

Estimo que esto último es rebatible, ya que no se puede basar únicamente en una formación humanística y puramente teórica, la practicidad de lo aprendido hace que el alumno se encuentre en mejores condiciones de competitividad a la hora de enfrentarse al mundo laboral. Y por la parte de las nuevas tecnologías, los planes de estudios debe de adaptarse a los avances tecnológicos de todas las herramientas que controlan el flujo de la información. Es ilógico que se pretenda salir de una formación universitaria sabiendo redactar una noticia pero sin controlar los distintos medios de producción para elaborarla.

¹⁰² Díaz Nosty, Bernardo (1998). *La mejora de la práctica docente en Comunicación Periodística*. Málaga, UMA.

¹⁰³ Asociación de la prensa de Madrid “Informe sobre la formación y la incorporación laboral de los periodistas A06” Madrid págs. 4-

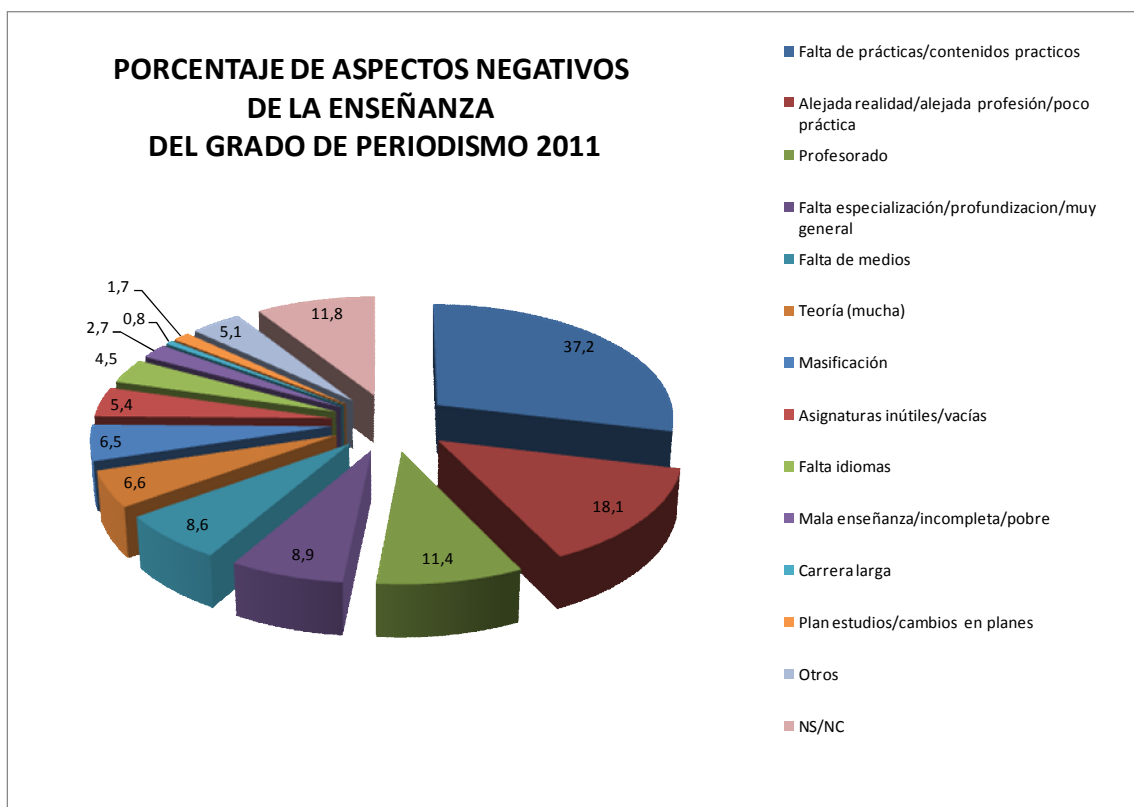
CALIDAD ENSEÑANZA GENERAL GRADO DE PERIODISMO 2011	PORCENTAJE (%)
MUY MALA	4,7
MALA	14,8
REGULAR	41
BUENA	26,9
MUY BUENA	4,5
NS/NC	0,2
SIN ESTUDIOS EN LA FACULTAD	8

Tabla 20. Estudio de Demométrica para APM. Fuente: Demométrica

Viendo estos resultados de las valoraciones vertidas sobre la calidad de la formación en el 2011 en estas tablas y gráficos, la actitud debe ser de preocupación. Tenemos que un 41 % de los estudiantes piensan que la calidad de enseñanza que recibe es regular y un 14% opina que es mala. En líneas generales, se plantea que más de un 60% tiene por diversos motivos una opinión negativa de la calidad de la formación universitaria en España.

ASPECTOS NEGATIVOS DE LA ENSEÑANZA DEL GRADO DE PERIODISMO 2011	PORCENTAJE (%)
Falta de prácticas/contenidos prácticos	37,2
Alejada realidad/alejada profesión/poco práctica	18,1
Profesorado	11,4
Falta especialización/profundización/muy general	8,9
Falta de medios	8,6
Teoría (muchas)	6,6
Masificación	6,5
Asignaturas inútiles/vacías	5,4
Falta idiomas	4,5
Mala enseñanza/incompleta/pobre	2,7
Carrera larga	0,8
Plan estudios/cambios en planes	1,7
Otros	5,1
NS/NC	11,8

Tabla 21. Aspectos negativos de la enseñanza en el grado de Periodismo. Fuente: Demométrica.



Gráfica 32. Porcentaje de aspectos negativos sobre la enseñanza de periodismo. Fuente: Demométrica

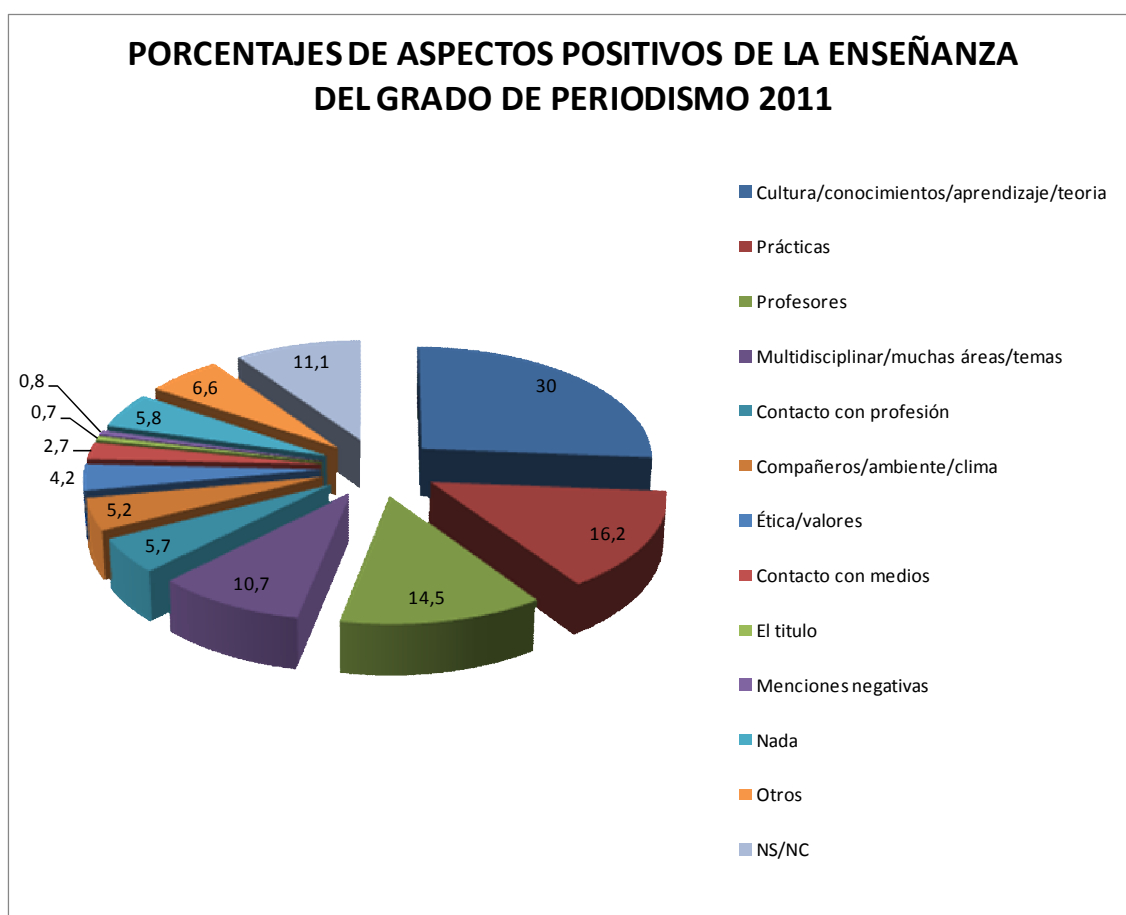
Entre los *puntos débiles* que más destacan los estudiantes españoles que estudian este grado, son la poca practicidad de cierto contenido teórico, ya no solo el hecho de poner ejemplos prácticos para facilitar la comprensión de la teoría, sino practicarlo fuera de la universidad en forma de prácticas en empresas. Curiosamente, estas reclamaciones en ciertos contenidos coinciden intrínsecamente en las opiniones negativas vertidas hacia cierto profesorado. En cuanto a las prácticas fuera de la universidad, es una demanda que en estos últimos años han ido en aumento. Esto es lógico, ya que ayuda al estudiante a establecer contacto con el mundo laboral y facilita nuevas perspectivas al mismo. Si cogemos a un alumno universitario de EEUU y lo comparamos con uno español, la visión de futuro es muy distinta al terminar la carrera. Mientras que el alumno americano, pretende terminar su formación universitaria para poder crearse una empresa¹⁰⁴ y ser su propio jefe sin descartar la posibilidad de que esto no pueda ser y conseguir un trabajo a cuenta ajena, el español quiere terminar para comenzar su andadura laboral siendo parte de una empresa. La crisis puede que sea una de las excusas¹⁰⁵ que suele poner últimamente, pero también influye la posibilidad de que la reclamación de los estudiantes ante las escasas practicas sea realidad y que se necesite reforzar. Al conocer mejor su entorno, aumentan las posibilidades de emprendimiento.

¹⁰⁴ <http://www.uca.es/es/cargarAplicacionNoticia.do?identificador=5311>

¹⁰⁵ http://www.diariocordoba.com/noticias/opinion/con-excusa-de-crisis_738536.html

ASPECTOS NEGATIVOS DE LA ENSEÑANZA DEL GRADO DE PERIODISMO 2011	PORCENTAJE (%)
Falta de prácticas/contenidos practicos	37,2
Alejada realidad/alejada profesión/poco práctica	18,1
Profesorado	11,4
Falta especialización/profundizacion/muy general	8,9
Falta de medios	8,6
Teoría (mucha)	6,6
Masificación	6,5
Asignaturas inútiles/vacías	5,4
Falta idiomas	4,5
Mala enseñanza/incompleta/pobre	2,7
Carrera larga	0,8
Plan estudios/cambios en planes	1,7
Otros	5,1
NS/NC	11,8

Tabla 22. Aspectos positivos de la enseñanza del grado de periodismo. 2011. Encuesta realizada por Demométrica.

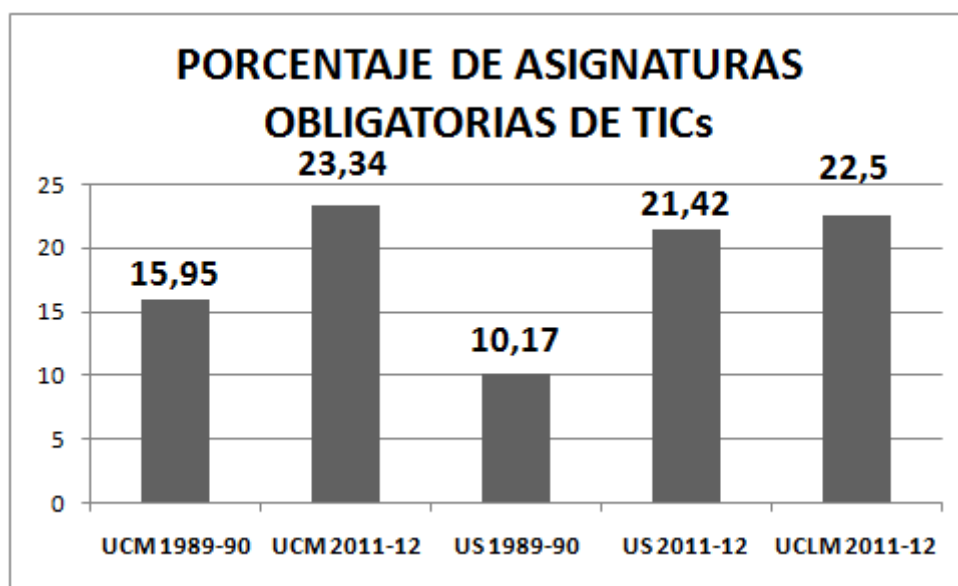


Gráfica 33 Aspectos positivos de la enseñanza del grado de periodismo. 2011.
Fuente: Demométrica.

Sin embargo, como *puntos fuertes* tenemos que los estudiantes opinan que los temarios de las asignaturas son buenos y con contenido de calidad, además de que el profesorado de ciertas

materias destaca en cuanto a cumplir sus objetivos docentes y aleccionar con calidad a sus pupilos.

Llegados a este punto, vamos a considerar realizar un análisis, según los resultados de las encuestas que yo he realizado, en planes antiguos y actuales de la universidad con más licenciados y más antigua de España, la Universidad Complutense de Madrid¹⁰⁶ y por otro lado, para tener una valoración local, cogeremos la Universidad de Sevilla¹⁰⁷. También es conveniente que analicemos un plan de un grado de una universidad recién nacida, la Universidad de Castilla-La Mancha¹⁰⁸ porque su plan podría ser fresco, al contrario de las otras universidades que cuya evolución se ha dado sobre un plan ya existente.



Gráfica 34 . Porcentaje de asignaturas obligatorias de TICs. Fuente: *Elaboración propia*.

Como podemos ver en gráfico las universidades evolucionan positivamente, respecto a contenidos de Tics en el caso de la UCM ha incrementado casi un 7,4% el contenido, siendo en la actualidad la que mayor porcentaje tiene. En el caso de la universidad andaluza su evolución ha marcado un aumento de 11,25%, siendo así la que más ha evolucionado en cuanto a contenidos en dos décadas. Por otro lado, tenemos que la UCLM tienen un 22,5% en contenidos tecnológicos de la información, y dentro de este porcentaje tenemos que un 4% están enfocados a redes sociales.

Dentro de la formación del productor de contenidos periodísticos digitales, está claro que debe tener un alto contenido sobre lenguaje, periodismo, expresión, arte, historia entre otras, pero con la exponencial evolución de las Tics, aumenta también la relación de estas asignaturas puramente tecnológicas con las más básicas y teóricas. Podemos poner como ejemplo el caso del lenguaje, no

¹⁰⁶ Ver Anexos 4 y 5

¹⁰⁷ Ver Anexos 6 y 7

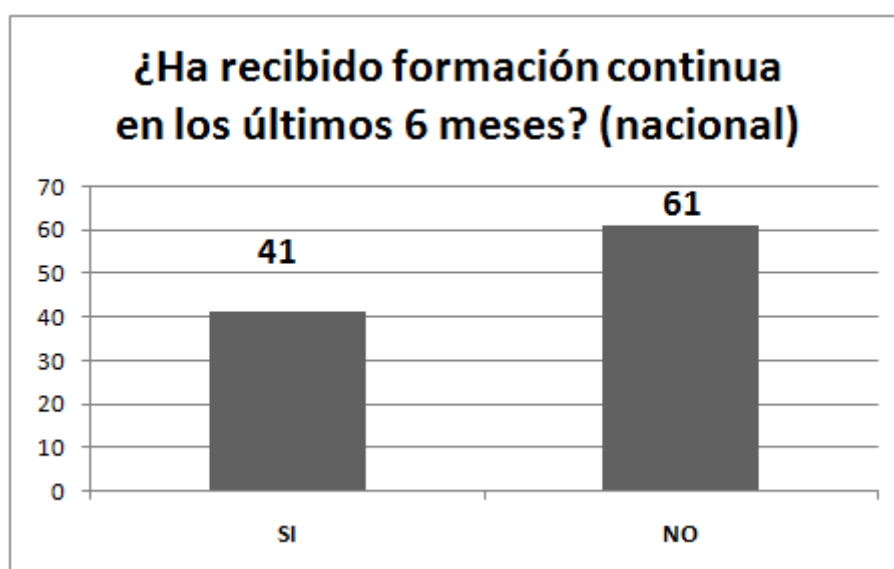
¹⁰⁸ Ver Anexo 8

es lo mismo redactar un artículo de 2.000 palabras para un periódico que una información de 140 caracteres para un tuit¹⁰⁹ de Twitter¹¹⁰.

5.3.2 Formación continua.

La formación continua es una gran herramienta para ser un buen profesional y como tal, siempre se debe de mostrar una predisposición al reciclaje¹¹¹, si no fuese así, la obsolescencia sería perjudicial para su desarrollo de sus funciones profesionales.

Los resultados de las encuestas realizadas sobre la formación continua que realiza un profesional activo en periodismo son algo diferente según el ámbito geográfico. En el caso nacional, tenemos que un 61% de los usuarios no cursan ningún evento formativo para reciclar o aprender nuevos contenidos en su formación. Pero del 39% que si se someten a este reciclaje, un 75% tienen que buscarlo fuera de la empresa, mientras que a un 25% se lo ofrece la empresa donde desarrollan sus labores profesionales. Respecto a los contenidos formativos, un 49% están relacionados con las Tics.



Gráfica 35. Porcentaje de formación continua (nacional). Fuente: Elaboración propia

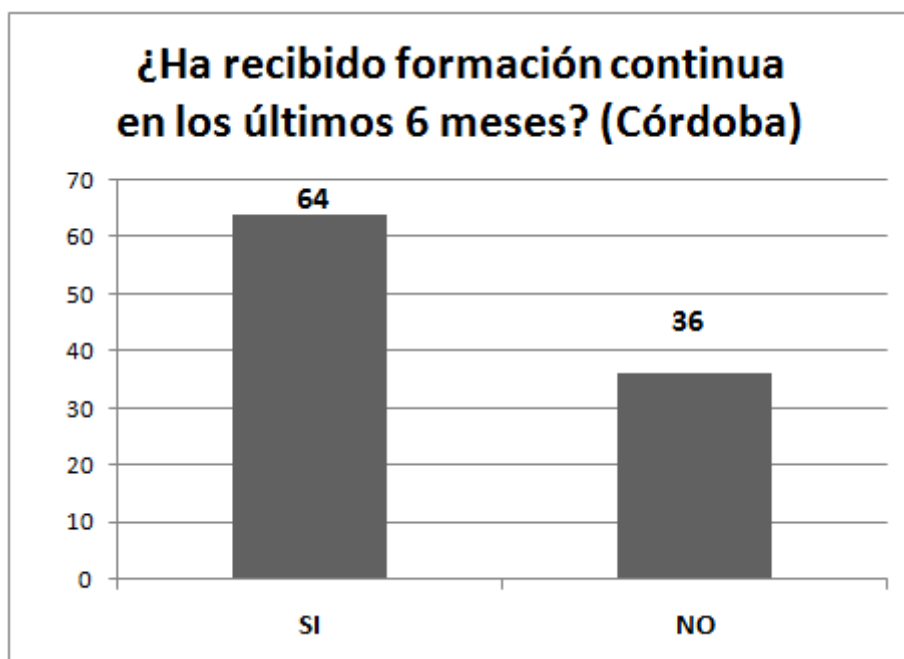
En el caso de la provincia de Córdoba, las estadísticas varían bastante, ya que experimenta un aumento del porcentaje de trabajadores que recibe y se interesa por un reciclaje profesional,

¹⁰⁹ Mensaje escrito en Twitter.

¹¹⁰ <https://twitter.com/>

¹¹¹ Conferencias sobre Social Media , Tecnología y Formación online #7del7 “@nuriacarbo: #7del7_Crevillent toma la palabra una de las almas de @makamo_es “el reciclaje de un profesional es un ejercicio permanente”” http://www.makamo.es/makamo-en-el-7del7_crevillent/

estamos hablando de un 61% del total de encuestados. Dentro este porcentaje , tenemos el mismo porcentaje de usuarios que a nivel nacional, se tienen que buscar la formación fuera de la empresa , ya que la misma no se la ofrece. Y en el aspecto del contenido de formación, un 70% de la formación recibida esta realcionada con las TICs que se desarrolla en su ambito laboral.



Gráfica 36. Porcentaje formación continua (Córdoba). Fuente: Elaboración Propia

Aplicando las metodologías cualitativas que se han desarrollado en la investigación en todos los ámbitos geográficos, se puede contrastar tanto en resultados estadísticos como en las diversas entrevistas, que existe grupo grande de profesionales en cuya actitud se resalta la preocupación por mantenerse al día en cuestiones de formación, aunque sí que existen usuarios que por diversas razones¹¹² no siguen esa formación continua.

¹¹² Algunas de las razones que se han expuesto para no seguir esa formación han sido, problemas de tiempo, discrepancias con la empresa, familiares, desidia, tecnofobias...

5.4 LA ESPECIALIZACION DEL PERIODISTA.

5.4.1 Introducción a la especialización

5.4.1 1. Definición de área especializada

Se entiende por área de especialización un campo concreto de la información dentro del cual un periodista tiene capacidad para desarrollar su trabajo de forma fiable, pero con una estrategia operativa. Para ello cualquier área de especialización tiene que tener una dimensión planificada (determinar cuáles temas se tratan, campos sobre los que se tiene que tratar) para que el periodista pueda tratarla entera.

En todas las áreas especializadas hay una parte común y otras características que la singularizan. La parte común es la que está integrada por la forma, principios y actividades del medio de comunicación y el objetivo es asegurar la línea editorial de ese medio de comunicación y de su periodicidad.

La parte específica de cada área se caracteriza por la delimitación de la propia área, de la selección de profesionales que trabajan en ella y el campo informativo con que se delimite a esa área.

Una vez delimitada el área, hay que dotarla de contenido y ver cómo funciona y que respuesta ha tenido en el público. El objetivo es captar al lector y demostrarle que el medio de comunicación al que es asiduo, conoce los temas que le preocupan.

Además el área informativa permite encuadrar el hecho informativo dentro de unos límites fiables y serios y dentro de una política informativa coherente.

5.4.1 2. Clasificación tradicional de las áreas

Se suelen clasificar en tres tipos de áreas:

a) Políticas: Se trabajan con contenidos que inciden directamente en la herida política de la zona, con contenidos que inciden en la vida política del territorio sobre el que trabaja ese medio de comunicación. Por tanto serían áreas políticas: Nacional (o políticas) con sus apartados de economía y socio-laboral, internacional, regional y local. También sería el área de opinión, que tiene una alta incidencia en el territorio y la nación.

b) Humanas: Se trabajan con contenidos en los que predominan temas de interés humano individual o colectivo, siempre que no trascienda a lo político (educación, salud...).

c) Recreativas: Se centran en contenidos que recrean valores de la persona: deportes, teatro, música, espectáculo y también de tiempo libre como viajes, información taurina, etc.

5.4.1 3. Consecuencias del área especializada

a) Consecuencias respecto a la audiencia:

Los contenidos especializados originan un mayor cociente de atracción para esa audiencia. Por tanto, posibilita la apertura de nuevos horizontes culturales, de formación, educativos.

También estimula la participación del lector en el quehacer informativo, y también la crítica fundada respecto de los contenidos de ese medio.

b) Consecuencias respecto del profesional y su empresa:

- La organización en áreas especializadas acaba con la competencia de las profesionales de este medio y también con la dispersión.
- Crea un sistema de mayor responsabilidad de los periodistas con la empresa.
- Mayor productividad, de mayor calidad al igual que mejor conocimiento y trato con las fuentes.

c) Respecto a los contenidos:

- Posibilita el seguimiento de la información mientras siga siendo de interés.
- Aporta mayor calidad a la información.

d) Respecto a la metodología:

- Cada área tiene unas pautas de funcionamiento con un lenguaje concreto y distinto.

Es bueno que las áreas de especialización estén bien delimitadas y organizadas. Por eso, la mayoría de las redacciones están estructuradas en bloques o secciones. Éstas se han creado para facilitar el buen funcionamiento de la redacción y para la delimitación exacta de los contenidos y del área especializada.

Generalmente, la clasificación de las secciones en cualquier medio es la siguiente:

- Opinión: los trabajadores de esta sección son los responsables de los contenidos de opinión que emita el medio como la que le llegue.
- Internacional: trabajan los contenidos del extranjero, normalmente política y sucesos, el resto de información como deportes, cultura o economía irían a sus respectivas secciones.
- Nacional: trabaja los contenidos políticos del territorio nacional, también a través de sucesos.
- Regional y Local: abordarían la información de raíz política que dependería de cualquier medio de comunicación. Trabaja también con deportes, cultura o sucesos que se incluyen en la sección regional, como en algunos diarios como *El País*. Si la información de regional es muy importante, pasa a cultura en la edición nacional del periódico.
- Cultura: incluye todo lo que tiene que ver con la vida cultural. Hay algunos medios que diferencian cultura y espectáculos.
- Sociedad: incluye temas de salud, educación.
- Deportes.
- Sucesos: algunos periódicos la tienen.
- Suplementos: aparecen dentro de una sección responsable de los suplementos, aunque se trabaja coordinadamente con otras secciones como la de cultura.
- Economía.

5.4.1 4. Sección de opinión o área de opinión

Aglutina la mayoría de los contenidos de opinión del medio: editorial, cartas al director, columnistas, articulistas. Cada vez más, se tiende desde las áreas o secciones a tener sus analistas propios. Tiene tres funciones principales:

a) Orientativa: aportar datos esenciales del hecho y complementarios que puedan ayudar a hacer más comprensible esa opinión. Además del análisis y la opinión. Esta función se desarrolla sobre todo desde el editorial, que da los datos, los analiza y emite una serie de juicios valorativos a favor o en contra de ideas, hechos, circunstancias. La principal diferencia, según algunos autores, entre editorialista y periodista especializado, es que el primero ayuda a entender.

b) Interpretativa: se desarrolla sobre todo mediante el uso de la columna. Analiza causas y posibles consecuencias del acontecimiento y opina sobre ello.

c) De cauce para el diálogo público: las páginas de opinión crean estado de opinión entre los lectores de ese medio, se produce una reacción en ellos y participan a través de las secciones abiertas a los lectores.

Junto a estas funciones, existe una serie de 'riostos' o 'disfunciones' que se producen con el mal uso del lenguaje o también con el estilo que usan los distintos autores:

- No se debe utilizar un lenguaje demagógico, autoritario, dogmático, totalitario, porque refleja una excesiva ideologización del medio. Martín Vivaldi dice que eso se produce cuando reflejan contenidos propagandísticos, llenos de consignas.
- No es recomendable el uso de un lenguaje político, que es ambiguo, redundante y eufemístico.
- No se debe usar un lenguaje tecnócrata (con tecnicismos) porque es difícil de asimilar o comprender por la audiencia de ese medio de comunicación.
- No al lenguaje con un excesivo enciclopedismo, porque se da un exceso de datos que termina desviando la atención de los lectores.
- No al narcisismo literario en el sentido de cuidar la forma y no el contenido. Es muy propio de columnistas.

Aunque sea para hacer opinión, siempre se deben dar las características del lenguaje informativo.

5.4.2 Incremento en la especialización digital.

El periodismo se transforma digital en el momento en que este comienza a hacerse hueco en el ciberespacio. Este fenómeno ha sido progresivo y no tan pacífico debido a los conceptos inamovibles de ciertos medios sobre lo que es un medio tradicional. Si un periódico es conceptualizado como una edición en papel impreso y distribuido en las calles de las ciudades por centenares de vendedores, la idea de un periódico *digital*, es decir, cuya edición se ve a través de un ordenador conectado a una red de Internet, no es tan sencilla de aceptar, aún a día de hoy. Si que ya se comienzan a ver las tabletas en terrazas o cafés, en usuarios que están tomando algo y leyendo el periódico digital. Aunque aún queda camino por andar para que sea una imagen usual.

Por otra parte, un periódico en papel es pagado directamente, ejemplar por ejemplar y, en el Internet, la mayoría de las personas pueden ingresar a leerlo sin tener que *pagar*, al menos como es entendido por algunos, aunque algunos periódicos como es El Mundo, Expansión, Marca, entre otros utilicen plataformas como Orbyt¹¹³

Aumenta la complejidad más aún que pasar todos los contenidos de los medios de comunicación a un portal de *ciber*-información, el periodismo digital se sustenta en la virtud de los enlaces que generan una gran integralidad de la información. Si un artículo de prensa tradicional publica una noticia acerca de El Cairo, por fuerza tiene que explicar a un lector europeo o latinoamericano que dicha ciudad queda en Egipto. El mismo artículo en una edición virtual sintetiza dicho movimiento con un enlace¹¹⁴.

También el concepto de la publicidad sufre una buena adaptación al medio digital. La publicidad digital, por su parte, tiene su toque diferencial a la publicidad que se emite por los medios convencionales. Para pasar un aviso publicitario por radio y televisión, es necesario interrumpir el programa que se está emitiendo después de la tradicional frase "*y ahora vamos a publicidad y volvemos enseguida*". En los medios digitales dicho aspecto queda superado con una publicidad que se ubica silenciosamente al margen de los artículos en forma de banners o de los archivos de video o audio sin interrumpir de manera directa el contenido. Es decir, el lector percibe los mensajes publicitarios de manera alternativa a la información que le interesa sin que la noticia tenga que detenerse para que le preste atención al mensaje publicitario. La publicidad reduce su intrusismo en el proceso de comunicación de la información dentro de los medios digitales.

Otra ventaja del periodismo digital es la capacidad de satisfacer la mayoría de demandas de accesibilidad y usabilidad demandadas por el consumidor. Le ofrece un grado mayor de acceso a la información, publicidad no tan intrusiva, mejores precios y con la posibilidad de recibirlo en cualquier sitio si tiene el dispositivo apropiado.

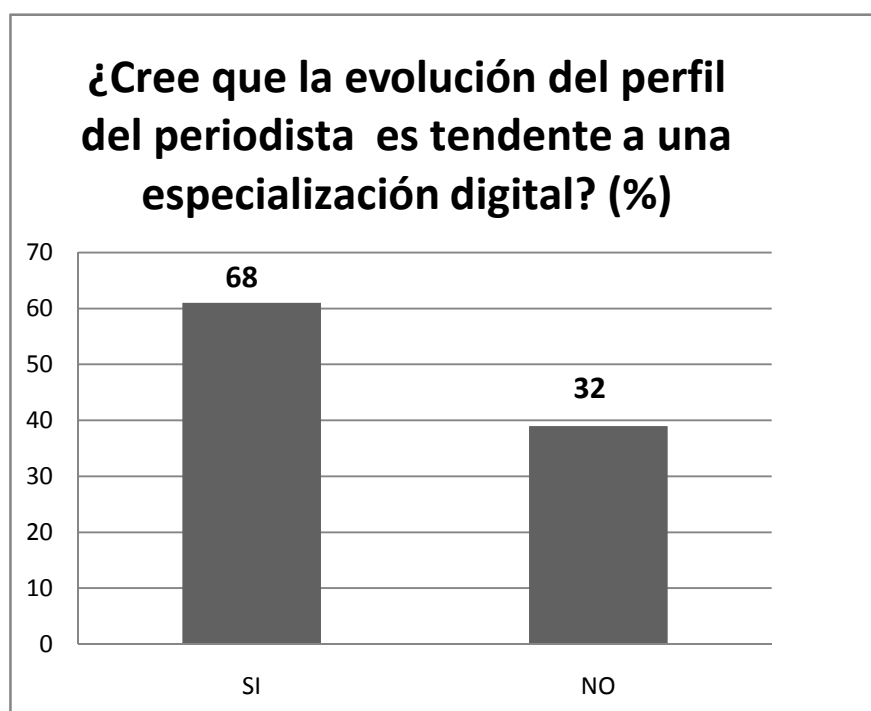
Mientras que en un periódico tradicional si ocurre un suceso importante para ser publicado tiene que esperar al día siguiente, en los medios digitales pueden actualizar la información a cualquier hora y desde cualquier parte.

A consecuencia de todo esto anterior, cada vez las redacciones de los medios de comunicación sufren una digitalización desde la que aumenta la versatilidad de la producción, pudiéndose seguir con los medios convencionales además de incluir los nuevos medios.

Un 68% de los profesionales encuestados a nivel nacional consideran que están sufriendo paulatinamente una especialización en herramientas digitales, dejando atrás los métodos productivos tradicionales. Entre el 32% que no opinan positivamente, cabe destacar que la mayoría de los perfiles son de franja de edades entre los 50 y los 65 años, siendo este grupo quienes más reacios son a la hora de reconocer o enfrentarse a los cambios que se realizan en sus herramientas de producción.

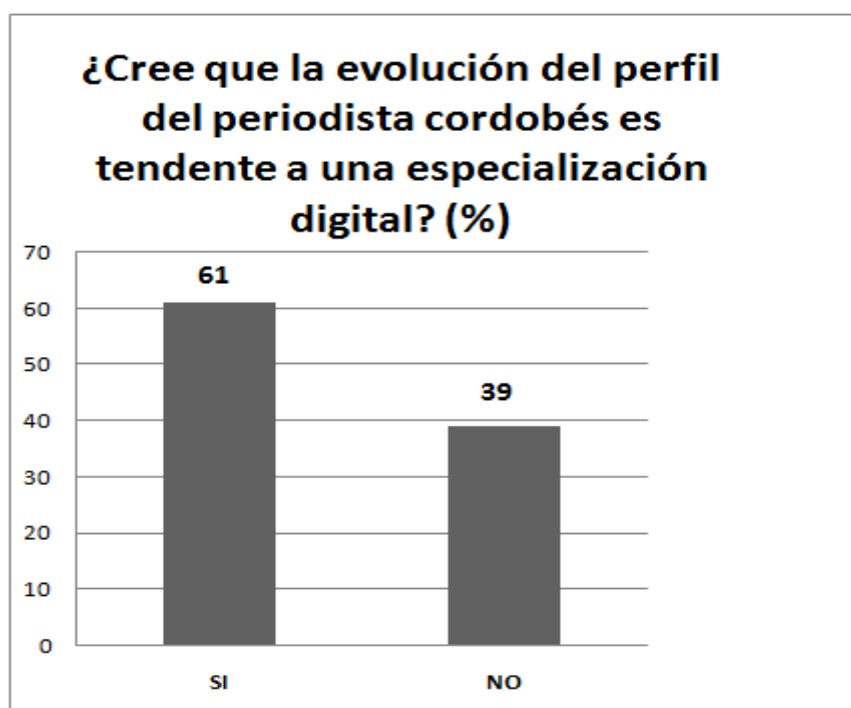
¹¹³ <http://quiosco.elmundo.orbyt.es/>

¹¹⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/El_Cairo



Gráfica 37. Porcentaje de la tendencia a una especialización digital (nacional). Fuente: Elaboración propia

La comparativa en Córdoba es similar, pero el porcentaje de los que creen que se está produciendo esa digitalización profesional disminuye 7 puntos, que también en este caso es atribuible a los perfiles de los profesionales, hay más productores que pertenecen a grupos de más edad.



Gráfica 38. Porcentaje de la tendencia a una especialización digital (Córdoba). Fuente: Elaboración propia

Para afrontar esta especialización hay algunos puntos generales que se debían cumplir en el perfil del productor de contenidos audiovisuales:

1. *La capacidad para el trabajo en equipo.* Para un resultado óptimo en la producción se debe aumentar las comunicaciones internas y generar una armonía.

2. *Estar familiarizado con la evolución de las tecnologías de la Información.* Hay que estar al día de las actualizaciones tecnológicas y de un reciclaje profesional.

3. *Conseguir no bloquearse* a la hora enfrentarse a las herramientas de producción o búsqueda de información cuando se tiene encima de la mesa una información de última hora. Hay usuarios que tienen una predisposición al bloqueo cuando se les sobreviene una situación diferente y algo más intensa. En todo los casos, esto se resuelve teniendo la mayor soltura posible con las herramientas (más practica con ellas) y siendo lo más metódicos posible ya que genera seguridad. La repetición de estas situaciones hará que poco a poco el usuario sea cada vez más resolutivo.

4. *Adquisición de destrezas comunicativas tanto textuales como audiovisuales.* Una poca madurez en la comunicación puede generar un producto con poco valor periodístico. Por ello, el productor debe tener claro que estrategia de comunicación debe aplicar a cada información para poder ofrecer el mensaje correcto al usuario final.



Fuente: Diario El Mundo.¹¹⁵

¹¹⁵ <http://www.elmundo.es/papel/2004/04/15/espana/>

5.4.3 Aparición de nuevas aptitudes en la digitalización.

5.4.3.1 Informática

5.4.3.1.1 Redes sociales.

Es innegable que en la actualidad los productores utilizan más las redes sociales con la intención de ofrecer una información usable y accesible al usuario.

Twitter es, a día de hoy, la red social más usada por empresas y profesionales de la información. Pero en estas redes aparece el llamado periodismo ciudadano que puede ser una ventaja o una desventaja para el productor de contenidos periodísticos.

La ventaja es que la información que puede ofrecer un ciudadano que está siendo testigo de una información en primer término, puede proveer de datos muy relevantes para que la información cobre más importancia. Pero por el otro lado contrario, tenemos que este periodismo puede generar informaciones erróneas, rumores. Es muy importante que el profesional contraste esa información antes de producirla, ya que al margen de atender a su código ético generaría una determinada alarma.

Las redes son un recurso más pero hay que tener una especial atención en ellas y aplicar los filtros pertinentes.

5.4.3.1.2 Nuevas tecnologías.

Es ideal que el profesional esté atento a todas las evoluciones que se dan en el mercado tanto de sus herramientas de trabajo como de otras tecnologías ya que puede que llegue al punto en que converjan. No sólo me refiero a nuevos dispositivos, sino también a nuevas fuentes y caudales de información.

5.4.3.1.3 Programación web y SEO

La Internet es una aliada de nuestro profesional, y una plataforma esencial para la digitalización. Por ello, sería ideal que tuviese unos conocimientos básicos sobre programación web.

En la actualidad, la prensa digital española no presta la atención que debe a la optimización web, aunque tampoco es que lo necesiten demasiado, o al menos eso creen, ya que su única lucha es la actuación con los altos porcentajes de rebote con la estrategia de *noticia relacionada*.

Creo que hay muchas cosas que se pueden mejorar en el periodismo online de cara a los usuarios y por qué no, de los resultados de los motores de búsqueda:

- *Contenido duplicado*: Uno de los gestos que he observado a lo largo de mi camino laboral es el “*copypaste*”, usuarios que copia y pegan los teletipos de ciertas agencias de información, confiando por prisas o desidia en su veracidad y en su redacción, si producen esa información con su firma. Hay herramientas como Panda de Google que se encarga de detectar estos contenidos pero al parecer ellos mismos tienen unas listas blancas¹¹⁶ en las que figuran ciertas webs que no pasan por la dicha aplicación.

¹¹⁶ <http://seoblog.es/listas-blancas-y-excepciones-de-google-y-bing/>

- *Lectura online atractiva:* La lectura por parte del usuario no es igual en formato impreso que en online. En lugar de realizar una lectura horizontal, gran parte de usuarios, la primera lectura la hace vertical, escaneando en busca de algún fragmento resaltado que nos atraiga a profundizar en el texto. Por ello, un buen uso de texto resaltado (negritas, mayor tamaño, color, tipografía, etc.) hará más atractivo al lector y facilitará el trabajo a los robots de búsqueda.
- *Algo más, un valor añadido:* Hagamos una búsqueda, “consecuencias rescate España”, algo actual en esta España de crisis, pero que requiere un pequeño esfuerzo del redactor y que supone una mayor estabilidad en los resultados de búsqueda, pudiendo seleccionar tráfico a corto, medio y largo plazo. Es curioso, que este valor añadido solo está en portales especializados, medios independientes, pero sobre todo, bloggers. Ya hemos visto antes que por suerte para el productor de contenidos periodísticos, muchos de ellos escriben en los medios.
- *Enlaces textuales:* Los enlaces o hipervínculos se suelen utilizar para hacer referencias anexas a fuentes de información, explicaciones, otros sitios webs, etc. Aunque hay mucha reticencia a en cuanto a su uso, se pueden ver ya en algunos textos más enlaces. Utilizando correctamente esta herramienta no sólo podemos hacer buenas maneras en periodismo sino que además se puede sintetizar el mensaje sin necesidad de irse por las ramas.
- *Feedback:* Es muy importante que se mantenga un feedback entre consumidor y productor, ya que debe mantener un nivel de socialización. Podremos tener cincuenta mil seguidores en *Twitter* pero puede que sólo un 20 % de ellos lean lo que compartes en el TL. Si se mantiene un cierto contacto, podemos ver el nivel de audiencia que tenemos.

5.4.3.1.4 Edición fotográfica, video y sonido

Debería ser necesario que el productor tenga nociones básicas de edición fotográfica, video y sonido.

Dentro de lo que es retoque fotográfico debería saber:

- Tipo de fotografía.*
- Formatos* (png, jpg, raw, bmp, gif, etc.)
- Redimensionar* (píxeles, cm, cambio de tamaño, etc.)
- Correcciones de color, contraste y brillo*
- Títulos* (aplicar texto en la fotografía).

En cuanto a edición de video:

- Conceptos básicos de edición* (lineal/no lineal, record, saltos de eje, encabalgamientos, edición al corte, totales, colas, piezas, asignación de audios, etc.)
- Editar una pieza informativa.*
- Selección y corte de un total.* Dentro de la grabación de una entrevista a un personaje, se debe seleccionar lo más importante de la misma, cortarlo e insertarlo en la secuencia creada.
- Formatos de video, tanto físicos* (dvcpro, dvcpro 50, xdcam, p2, etc.) *como de ficheros* (mxf, avi, mpeg, mov, dv, hdv, qt, wmv, etc.).

-*Resolución y tamaño de video*. Son dos características que están íntimamente relacionadas, a más resolución más tamaño (en bytes) tendrá el fichero final.

-*Exportación y volcado de la edición*. Una vez que se ha editado el material, habrá que exportarlo a algún formato o volcarlo a un contenedor físico (cinta, tarjeta, pen drive...) para su uso, ya sea para emitirlo desde una playlist de emisión o bien para subirlo a un sitio web.

Y por último, en la edición de sonido:

-*Formatos* (wav, mp3, wma, etc.)

-*Regular ganancias*. Puede que el material grabado en bruto, venga con unos altos niveles de ganancias, por lo que se debería normalizar a niveles aceptables, aproximadamente en digital a -12dB por canal. Si la grabación inicial viene saturada (sonido roto) es muy difícil poder rectificarlo, porque habrá perdido muchas de las propiedades de audio, sobre todo, la inteligibilidad. Y si al contrario los niveles vienen muy bajos, al aumentar la ganancia, no sólo aumentamos la parte de audio que nos interesa sino también ruidos de ambiente.

-*Aplicación de filtros de frecuencia*. Se utilizan para limpiar el fragmento de audio seleccionado. Si tenemos una entrevista de un político en la calle, nos interesa más la voz del entrevistado que los ruidos de los coches al pasar. Si se le aplica un filtro adecuado, podemos reforzar la voz humana y atenuar el ambiente, aumentando así su inteligibilidad.

5.4.3.2 Vinculación necesaria con la Infografía

Según avanzan las Tics para un productor de contenidos periodísticos digitales debe ser inevitable la adquisición de conocimientos en infografía, así como al revés, los profesionales de la infografía deberían tener formación periodística al margen de la creativa.

Una buena infografía debería transmitir lo mismo que la redacción de un buen texto periodístico. Además es un gran recurso cuando es complicado explicar algo a través de un texto a un determinado público.

Hay autores como Alberto Cairo¹¹⁷ que defienden esta sinergia simbiótica como necesaria para nuestros días en los que la evolución de las Tics es exponencial y los perfiles laborales sufren continuas metamorfosis. La inclusión de la infografía en las habilidades periodísticas de un productor de contenidos laborales debería ser necesaria y obligatoria.

Para entender lo que es la Infografía desde la perspectiva periodística, Alberto Cairo¹¹⁸ nos da algunas claves:

1. *Diferencia lo que es un gráfico de una infografía*. Una infografía no es recopilar datos sueltos o cosas curiosas. Una infografía, también llamada visualización, tiene que tener información que le permita al lector inferir cosas.
2. *Una infografía debe facilitar la comprensión de un tema*. “El trabajo del diseñador de información no es encontrar el gráfico más novedoso, sino el más efectivo” (Stephen Few, 2011)¹¹⁹

¹¹⁷ Alberto Cairo. (2011, July 25). *BuenasTareas.com*. Retrieved from <http://www.buenastareas.com/ensayos/Alberto-Cairo/2573922.html>

¹¹⁸ Cairo, Alberto. *Infografías 2.1*. Ed. Alamut 2011.

3. *No coloques mucha información en un espacio reducido.* Un tema puede ser muy amplio, pero abarcar demasiado puede hacer que tu infografía resulte confusa.
4. *No pongas datos de los que no estás seguro.* Consulta con varias fuentes y piensa bien si ese dato que quieres poner es necesario.
5. *Una visualización no es una ficción.* No inventes detalles que, según tu criterio, complementarían la historia que cuentas.
6. *Una infografía debe tener el mismo rigor periodístico que un texto.* Hay que ser preciso con la información que pongas, debes contrastar con varias fuentes si los datos son verdaderos. Debe ser veraz.
7. *Es importante saber para qué sirven los mapas.* Estos te permiten ubicar una zona en el mundo y te ayudan a ver cómo se desarrolla un tema en varios países.
8. *Las tortas¹²⁰ no siempre funcionan.* Esta forma de representación solo sirve si está dividida en pocas partes, dos o tres. De lo contrario, el porcentaje no será similar a la porción ni la interpretación será la correcta.

5.4.3.3 Sinergias

Atrás van quedando los perfiles clásicos de los periodistas en una redacción, los ajustes económicos y la evolución de sus herramientas hacen tomar protagonismo a otros perfiles:

- Periodismo Electrónico o ENG¹²¹.

La idea inicial de esto fue que el equipo de ENG es el encargado de la consecución de esas imágenes. Suele estar formado por un periodista, operador de cámara de TV y un operador de audio. El periodista era el que dirigía el equipo y redactaba la noticia, que luego editaba para su posterior emisión dentro del informativo, el operador cámara se encargaba de la calidad de la imagen, en sus aspectos artísticos y técnicos y el operador de audio cuidaba que éste sea el correcto en todo momento.

Esto ha evolucionado a que en la actualidad en algunos medios audiovisuales el periodista sólo va acompañado por el operador de cámara, y éste se hace responsable de la grabación de video y audio. Y en otros es el mismo, periodista que va equipado con dispositivos de captación de audio o de video y audio. Como ejemplo de esto son los periodistas enviados a zonas de guerra, pero sin caer en la tentación de compararlo a formatos como Callejeros¹²² que no deja de ser un reality-show puesto que se intenta crear una visión en primera persona de los hechos pero en ocasiones las preguntas o insistencias del periodista hacen generar situaciones distintas a las habituales y que tergiversan la realidad que inicial quien transmitir. En un conflicto bélico, no va a generar situaciones peores que las que hay, es una realidad inamovible.

-Periodismo audiovisual en prensa escrita.

Ya hay poquitos periódicos o revistas que no tengan una versión online de sus contenidos ya sean de pago o no. La digitalización también les está haciendo adaptarse a los cambios. En estas

¹¹⁹ <http://visualjournalism.com/infographics-and-the-brain-stephen-few/2011/03/25/>

¹²⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Gr%C3%A1fico_circular

¹²¹ del inglés *Electronic News Gathering*, también se le denomina *periodismo electrónico*.

¹²² <http://www.cuatro.com/callejeros/>

versiones online, los contenidos no se basan exclusivamente en información escrita y fotografías, sino que además se apoyan en contenidos audiovisuales. Por ello, el productor de contenidos periodístico debería tener conocimientos en contenidos audiovisuales y redes, ya que la mayoría han realizado la locución por los mismos que producen esa información escrita.

-Infoperiodismo¹²³.

La infografía y el periodismo son dos disciplinas que están sentenciadas a una determinada fusión. Como ya hemos dicho, un buen gráfico puede ser equiparable a un texto. Si a una información se le genera una buena infografía obtendrá una altísima comprensión de la misma por el consumidor. Un buen infoperiodista tiene en su poder la herramienta de poder aumentar el grado de accesibilidad y usabilidad de la información.

-Periodista blogger.

Ante la crisis, se está demandando el perfil de freelance¹²⁴ para la producción de contenidos webs y blogs. Esta demanda ha generado polémicas¹²⁵, incluso en la misma asociación de periodismo, en determinados casos en que la remuneración económica a nivel profesional es considerada muy baja. Los considerados blogs periodísticos, en España no dejan de ser, blogs escritos por periodistas en los que los predomina en gran medida su opinión. El periodista Juan Varela es uno de los que poseen en España un blog que ha recibido innumerables premios, Periodistas 21.¹²⁶

Llegados a este punto, queda justificado con la evolución del perfil profesional del periodista que se le pueda llamar productor de contenidos periodísticos digitales (PCPD).

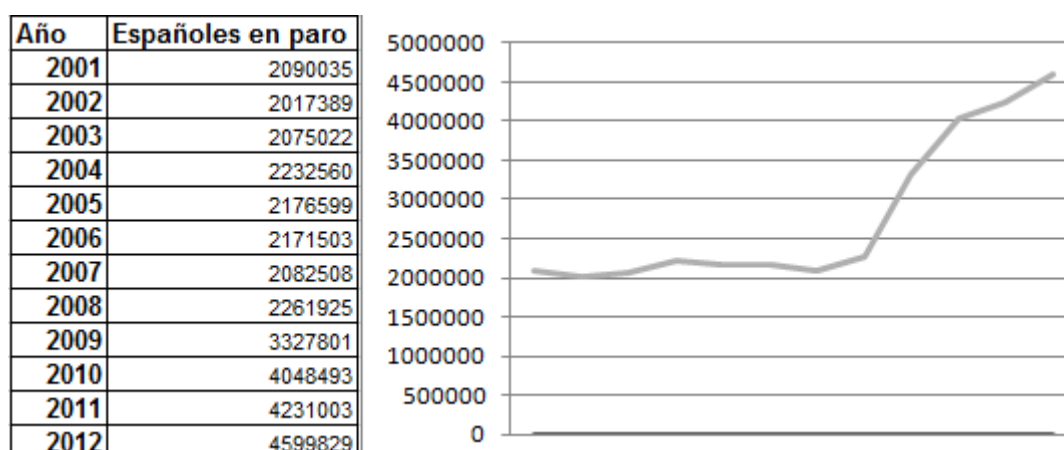
¹²³ DE PABLOS, José Manuel: "Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía". Ed. Síntesis, Madrid, 1999. Págs. 78-83

¹²⁴ Autónomo.

¹²⁵ <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/la-apm-no-esta-dispuesta-a-tolerar-que-los-periodistas-trabajen-gratis>

¹²⁶ <http://periodistas21.blogspot.com.es/>

5.5 Situación laboral del periodismo.



Gráfica 38. Evolución del paro en el periodismo desde el 2001 al 2012. Fuente: SEPE

La crisis económica que estamos sufriendo es una de las principales enfermedades del periodismo. La progresión del desempleo en nuestro país en los últimos 4 años se ha visto más que duplicada, pasando de los 2.261.925 desempleados en el 2007 a 4.599.829 desempleados en el 2012. Un preocupante incremento de un 203,35%.

Según el Servicio de Empleo Público Estatal, en agosto de 2012 había 10.265 periodistas desempleados, lo que supone un aumento de un 2,3% respecto al mes anterior. Un 95,81% tenía un empleo anterior. Desgraciadamente, hay previsiones de que esa cifra va a aumentar en próximos informes debido a los expedientes de regulación de empleo previstos en distintos medios como el periódico El País¹²⁷, Grupo Joly, Prisa y otras empresas.

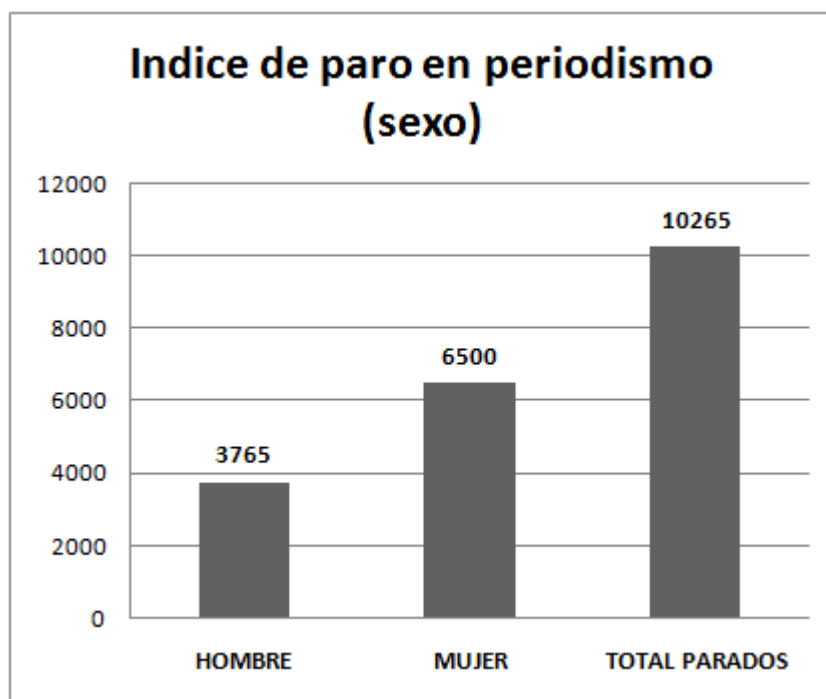
Viendo esta progresión podemos prever que 2012 acabe con un paro registrado aproximado de más de 11.000 periodistas, una tasa preocupante para una ocupación que ya aporta el 0,22% del desempleo contabilizado.

Observando los datos que ofrece el SEPE¹²⁸, podemos ver que 2.974 de los periodistas desempleados son ya parados de larga duración¹²⁹. Esa cifra supone casi el 30% del total, un signo claro de las dificultades que determinados perfiles están teniendo para regresar al mercado laboral.

¹²⁷ <http://www.20minutos.es/noticia/1614319/0/claves/el-pais-prisa/ere-crisis/>

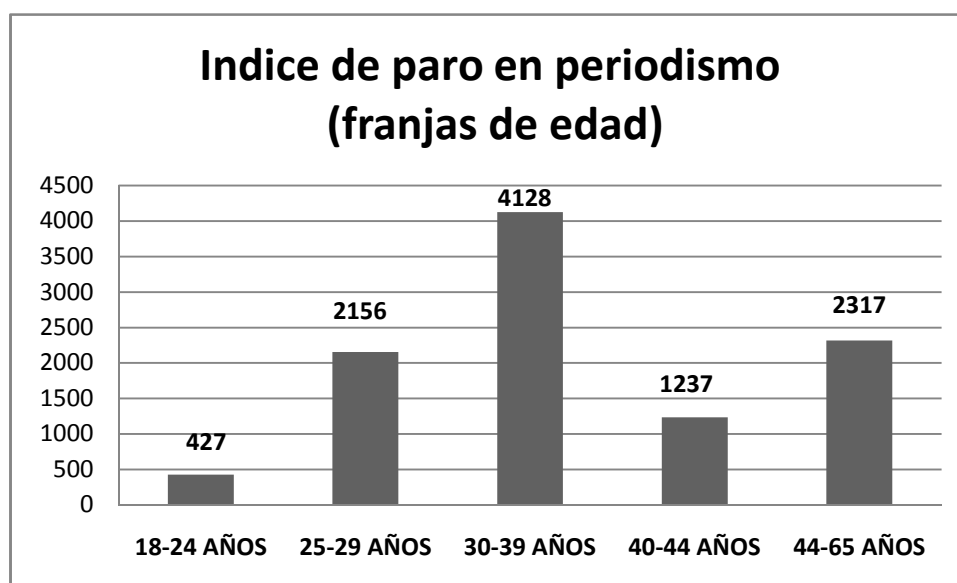
¹²⁸ http://www.sepe.es/contenido/observatorio/ocupaciones/Grupo_P/2012_08/ESTUDIO_OCUPACIONES_P.pdf

¹²⁹ Se denomina *parado de larga duración* aquella persona que lleva inscrito en el paro un periodo superior a un año.



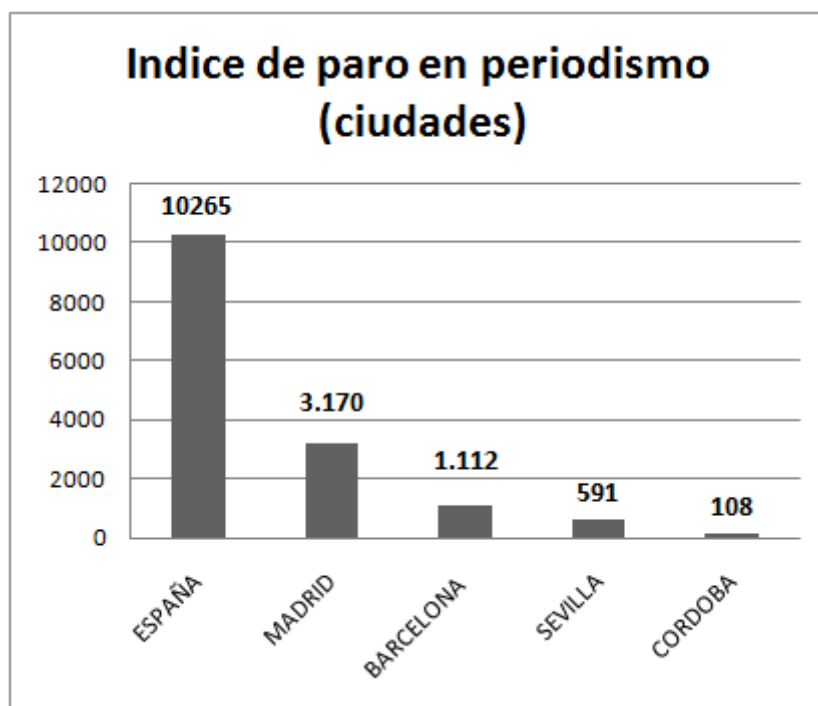
Gráfica 39. Índice de paro en el periodismo por sexo. Fuente: Elaboración propia

Como podemos ver en la gráfica 39, un dato importante es el del sexo de los periodistas parados, casi un 64% pertenece a mujeres. Este dato tiene su lógica, ya que en las facultades de comunicación hay más matriculaciones de mujeres que de hombres.



Gráfica 40. Índice de paro en el periodismo por franjas de edad. Fuente: Elaboración propia

En cuanto a franjas de edad mostradas en la gráfica 40, los más afectados son los de entre 30 y 39 años, le siguen los de 44 y 65 años, y los demandantes de primer empleo de 25 y 29 años. Y en cuanto a las causas de desempleo de las dos principales franjas, van desde expedientes de regulación de empleo hasta cierres de empresas de comunicación.



Gráfica 41. Índice de paro en el periodismo por ciudades. Fuente: Elaboración propia

En el caso de Córdoba, tenemos registrados 108 parados en esta profesión que es el 1,05 % del total nacional, mientras que Sevilla tiene un 5,75%. La comunidad autónoma de Andalucía tiene 1455, lo que supone un 14,6% del total nacional.

BLOQUE VI TECNOLOGÍA e INFORMACION PERIODISTICA

6.1 Introducción.

En estos tiempos, la expresión Sociedad de la Información (SI) se ha instaurado como uno de los términos más importantes de la sociedad, causado en mayor medida por el impacto que está teniendo esta transformación de la sociedad y sus tecnologías en la vida diaria de las personas. Su alcance llega a todos los ámbitos de nuestras vidas influyendo en la formación, el trabajo, las relaciones sociales, el ocio, etc., y poniéndonos encima de nuestras mesas un amplio catálogo de productos y servicios disponibles a través de los medios y tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC).

Realizando una previsión de las ofertas que se podían plantear en la actualidad de este nuevo mundo abierto e inundado de nuevos recursos, experiencias y servicios al alcance de un “click”, se creó la Cumbre Mundial de la Sociedad de la información (CMSI), llevada a cabo por primera vez en Ginebra (Suiza) en 2003¹³⁰.

Aquí se mostró el concepto de la expresión “Sociedad de Información”¹³¹ y los objetivos y alianzas comunes para su elaboración y desarrollo. Se presenta una SI centrada en la persona, adaptativa y orientada al desarrollo, en que todos los usuarios tengan la posibilidad de crear, buscar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan optimizar sus posibilidades en la promoción de un desarrollo más sostenible y en la mejora de su calidad de vida, respetando y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos.

En dicha cumbre se mostraron las TIC como herramientas para todos los aspectos de la vida: gobierno, empresas, educación, salud, empleo, ecología, agricultura y ciencia. Se realizó una segunda fase del CMSI en el 2005¹³² en la que se reafirma el compromiso de dar una plena accesibilidad a todos los individuos de la sociedad a la Información y a consecuencia de esto, realizando un compromiso de alcance de objetivos asentados en el Plan de acción de Ginebra¹³³, de referencia para mejorar la conectividad, el acceso universal, ubicuo, equitativo, no discriminatorio y asequible a las TIC, y a utilizar las TIC como herramienta para conseguir los Objetivos de Desarrollo del Milenio¹³⁴.

La terminología de Sociedad de la Información utilizada en la CMSI también ha sido ampliada en su uso, por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), y por Naciones

¹³⁰ UIT, "Declaración de Principios. Construir la Sociedad de la Información: Un desafío global para el nuevo milenio. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información", Ginebra 2003- Túnez 2005.

¹³¹ UIT, "Plan de Acción. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información", Ginebra 2003 - Túnez 2005

¹³² UIT, Compromiso de Túnez. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Ginebra 2003 - Túnez 2005, 2006

¹³³ UIT, Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Plan de Acción, 2004, Disponible en: http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03WSIS-DOC-0005!PDF-S.pdf.

¹³⁴ Naciones Unidas, Objetivos de Desarrollo del Milenio, Disponible en: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>

Unidas¹³⁵. Esta última posee el Observatorio de la Sociedad de la Información cuyas funciones destaca las de analizar y dar a conocer los aspectos legales, sociales y éticos de las TICs en la sociedad.

Pero el término Sociedad de la Información, no proviene del 2003 ni del 2005, sino que data del año 1973, cuando el sociólogo estadounidense Daniel Bell lo en su visión de futuro lo introdujo en su libro El advenimiento de la sociedad post-industrial¹³⁶, donde adelanta que el eje principal de esta futura sociedad será el conocimiento teórico y que los servicios basados en el conocimiento se convertirán en la estructura principal de la nueva economía y de una sociedad repleta de información, dejando atrás la “sociedad industrial” y dando paso, de este modo, a una nueva forma de interacción con el medio, la “Sociedad de la Información”. Bell aventuraba ya las tecnologías de la información como el conjunto convergente de tecnologías de microelectrónica, informática, telecomunicaciones y opto electrónica.

No obstante, es a partir de los 90 cuando comienza su trascendencia en la sociedad, con el desarrollo de acciones y normativas orientadas al desarrollo de la Sociedad de la Información.

Siempre se ha establecido como prioridad de la Unión Europea la adopción de medidas políticas que contribuyan al progreso de una Sociedad de la Información Europea, en las que como en todas las apuestas está amenazado por el factor de riesgo. Estas medidas toman forma con las iniciativas eEurope y finalmente i2010. Los objetivos principales de estas iniciativas están basados en la iniciativa de la Comisión para el Consejo Europeo extraordinario de Lisboa de 23 y 24 de marzo de 2000: eEurope - Una sociedad de la información para todos¹³⁷:

- Acercar la Sociedad de la Información a cada ciudadano particular, hogar, escuela y a cada empresa y Administración.
- Crear una Europa que domine el ámbito digital.
- Velar por que todo el proceso sea socialmente integrador, reforzando de esta manera la cohesión social.

Viendo estos puntos, la integración de los individuos es uno de los puntos clave en todas las propuestas, si bien, si en la iniciativa eEurope 2000 se propone como punto clave la participación de las personas con discapacidad en la cultura electrónica, apostando por que antes de finalizar 2001, el diseño y contenido de los sitios web públicos sean accesibles a las personas con discapacidad, en i2010 se propone la inclusión, mejora de los servicios públicos y de la calidad de vida, para reforzar la cohesión social, económica y territorial merced a la consecución de una Sociedad Europea de la Información. Pasamos en cinco años de una accesibilidad a la información

¹³⁵ <http://www.un.org/es/>

¹³⁶ Daniel Bell, The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting (traducción: Advenimiento de La Sociedad Post-Industrial). NewYork: Basic Books, 1973, ISBN: 842062198

¹³⁷ Comisión Europea, Iniciativa de la Comisión para el Consejo Europeo extraordinario de Lisboa de 23 y 24 de marzo de 2000: eEurope- Una sociedad de la información para todos, 2000

a la Internet a una accesibilidad dentro y fuera de esta, va evolucionando el concepto. Se proponen además algunos puntos a tener en cuenta¹³⁸:

- Publicar unas orientaciones políticas sobre accesibilidad electrónica y cobertura territorial de la banda ancha con el fin de facilitar la utilización de los sistemas TIC por un mayor número de personas (2005);
- Proponer una iniciativa europea sobre inclusión electrónica (e-inclusión) que aborde la igualdad de oportunidades, las competencias en TIC y las fracturas regionales (2008);
- Adoptar un plan de acción sobre administración electrónica y orientaciones estratégicas para estimular el uso de las TIC en los servicios públicos (2006);
- Poner en marcha proyectos de demostración para someter a prueba, a escala operativa, soluciones tecnológicas, jurídicas y organizativas que permitan ofrecer servicios públicos en línea (2007);
- Impulsar, en un primer momento, tres iniciativas pioneras que implican el uso de TIC a fin de mejorar la calidad de vida: servicios de atención a las personas en una sociedad que envejece, unos transportes más seguros y menos contaminantes, en particular «automóvil inteligente», y bibliotecas digitales para promover la diversidad cultural (2007).

Con el paso del tiempo las TIC evolucionan y también lo hacen las barreras de acceso para las personas con discapacidad y otros colectivos con mayor riesgo de exclusión como las personas mayores. Aunque la evolución de las TICs lleva concatenado la evolución de problemas de accesibilidad para estos grupos, podrían ser muy beneficiosos para ellos, pero son premisas a tener en cuenta a la hora de una empresa comience un proyecto tecnológico.

Si miramos los datos del INE del año 2010¹³⁹ nos muestran que el 69% de los hogares en España con al menos un miembro entre 16 y 74 años dispone de un ordenador, siendo el ordenador de sobremesa el que se encuentra en mayor medida, en un 50,1% de hogares, mientras que los portátiles suponen el 42,5%. Los portátiles doblan su cuota de penetración en estos tres últimos años, descendiendo ligeramente el porcentaje de ordenadores de sobremesa en los hogares. En cuanto al teléfono, el 99,4% de hogares dispone de teléfono, ya sea fijo o móvil, un 75,6% de ellos mantiene ambas opciones. Es indiscutible que las TICs esta cada día más presente en nuestro entorno.

Una vez llegados a este punto vamos a ir analizando la situación de tecnología y que relación tiene con los contenidos digitales periodísticos. Vamos a partir desde las características esenciales de la tecnología como es su software, pasando por sistemas operativos, evolución histórica de esta

¹³⁸ Comisión Europea, Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones i2010 - Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo, 2005

¹³⁹ www.ine.es

tecnología asociada al periodismo para finalizar exponiendo las distintas tipologías de las herramientas actuales de producción y de fuentes de información.

6.2 Nexos de unión entre tecnología, comunicación, producción y empresa de contenidos digitales.

Comencemos por explicar qué entendemos por convergencia multimedia. Para poder discernir claramente un concepto debemos analizar ese proceso de convergencia y establecer las perspectivas estratégicas oportunas para abordarlo, es preciso tener en cuenta varias visiones que se engranan entre sí. Estas podríamos agruparlas estratégicamente en cuatro: empresarial, tecnológica, profesional y la comunicativa.

6.2.1 Visión empresarial

Dentro de las empresas de comunicación irrumpe en los últimos años un proceso de diversificación mediática. Esta visión comprende el estudio de las técnicas de multiplicación de medios en el seno de un grupo de comunicación, así como las formas en los que esos medios se coordinan entre sí en lo económico y en lo editorial. Internet es una pieza clave y culpable que ha hecho que en estas últimas décadas se estén dando estas nuevas técnicas y flujos de trabajo.

6.2.2 Visión tecnológica

En esta visión toma protagonismo la revolución de herramientas que se ha desarrollado en los últimos años, tanto para adquisición, como para producción y la difusión de la información. La tecnología digital ha traído consigo una reconfiguración profunda de las tareas periodísticas y ha abierto nuevos horizontes al periodismo.

En el caso particular de los diarios, la posibilidad de la digitalización y la gran herramienta que es la Internet han hecho crearse nuevas técnicas de producir y difundir la información: los periódicos electrónicos. La aparición de esta tipología de prensa ha causado una gran evolución de carácter interno a nivel tecnológico en las redacciones y en los procesos de producción de la información.

Atrás quedaban en los 90 esas redacciones de periódicos que eran cadenas muy lineales de producción que se basaban en torno a un firme objetivo, publicar un diario impreso cada día. No es de extrañar que la aparición de los periódicos electrónicos provocara cambios radicales en esa linealidad de producción. Llevándoles pocos años después a ofrecer una versión electrónica del periódico a través de Internet, cuyo contenido era aproximado a la versión impresa. A finales de los noventa, se incentiva la necesidad de crear redacciones más autónomas para producir exclusivamente los contenidos periodísticos digitales. Es cuando comienza a darse lo que en este estudio denomino productor de contenidos digitales. La problemática de estos dos sistemas de producción de información ha sido la descoordinación entre las redacciones tradicionales y las

digitales. De ahí que se ha intentado darle solución con la implementación de sistemas de gestión integrada de los contenidos (CMS)¹⁴⁰.

6.2.3 Visión profesional

La convergencia multimedia desde la perspectiva empresarial y tecnológica no podía dejar de incentivar metamorfosis profundas en las funciones profesionales de los periodistas. La evolución de los entornos en que se trabaja este profesional ha hecho que el periodista, de cualquier medio, vea cómo ha aumentado la exigencia de su trabajo. Como ejemplos de estas exigencias son la demanda de trabajar más deprisa para ofrecer avances informativos desde la edición en Internet o redes sociales, tener un reciclaje profesional actualizado para conocer nuevas técnicas de investigación para el uso de las fuentes digitales, y aumentar el dominio de la infografía y herramientas para la publicación de los trabajos producidos. Para ser un periodista completo en las nuevas circunstancias no basta con tener buena pluma o con poseer una buena cultura visual. Ahora es preciso disponer en dosis suficientes de todas las cualidades que hemos reseñado para poder desempeñar con eficacia el trabajo de eso que se ha dado en llamar productor de contenidos periodísticos digitales.

Ahora bien, esta figura del productor de contenidos periodísticos digitales puede asumir al menos dos interpretaciones: el productor multitarea (multitask) y el periodista multiplataforma (multiplataform)

En el primer caso, el de los productores multitask, los profesionales, jóvenes y ya no tan jóvenes, paulatinamente se ven obligados a asumir múltiples funciones de redacción, fundamentos de retoque fotográfico, edición de video, etc., las que antes se distribuían en que cada función era otorgada a un profesional. El aumento de este modelo de empresas con estos profesionales multitask, deja a la vista la duda razonable si su implementación viene dada por un mero recorte de costes que por mejorar la calidad de la información. Es decir, una mala praxis de este modelo sería utilizarlo para mantener la cantidad de la producción reduciendo la plantilla. Esto llevaría asociado un decremento de calidad en la información.

En el caso de los productores multiplataforma, se define como un perfil que se da también en cierto auge, en el que productores de cierta experiencia e incluso prestigio producen y difunden sus informaciones a través de múltiples plataformas y, intentando adaptar sus productos informativos a las características de cada medio por el que se va a difundir. Por ejemplo, un productor se halla inmerso en su labor de cubrir informativamente la entrega de premios Talento de la Academia de la Televisión, mientras se realiza el evento el productor ya está mandando avances o teletipos de información, después al llegar a la redacción escribe el texto completo que puede ser modificado para la emisión de un corte en radio o lo que se denomina pieza en

¹⁴⁰ CMS Content Management Systems

televisión, y después de esto puede incluso asistir a entrevistas. El trabajo producción es uno (adaptándolo a los medios), pero las plataformas de difusión, múltiples.

En cualquier caso, parece claro que estas nuevas dinámicas de convergencia están haciendo que el trabajo del productor sea cada vez más vertical o, lo que es lo mismo, su perfil adquiere mayor responsabilidad además de protagonismo en el proceso de producción informativa. O bien, ya sea por el perfil de la multitarea o de la multiplataforma, es evidente que en el terreno profesional encontramos una nueva dimensión de la convergencia. Ambos perfiles, no solo independientes, sino que también se puede dar en el mismo usuario. Estas convergencias, no lleva implícito una optimización de la accesibilidad y usabilidad de la información.

6.2.4 Visión comunicativa

La convergencia digital crea nuevas posibilidades al lenguaje periodístico. Antes de la aparición de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera la difusión de producción informativa digital en los que se combinaran el texto y recursos audiovisuales, y además tener el añadido de poder crear un feedback o interacción entre productor de contenidos periodísticos y el consumidor final.

Los medios convencionales¹⁴¹ se consumen a través de dos únicos sentidos corporales: la visión y el oído. El periódico en papel es un producto exclusivamente visual ya que suministra información a través de textos y fotografías. La radio, es un medio meramente sonoro. La televisión, por último, integra todos los elementos.

La Internet ha supuesto un importante avance en la integración de formatos de comunicación, o también, en la conformación de un nuevo lenguaje periodístico digital, ya que a las potencialidades sensoriales que ofrecen los tres medios convencionales ha sumado nuevas posibilidades, algunas de ellas todavía en fase experimental, como las referidas al tacto y al olfato. Aunque tenemos un cierto margen técnico, hoy en día, el texto y la fotografía son los elementos principales en los medios digitales, aunque cada vez se advierte un aumento de empleo de recursos audiovisuales. El lenguaje periodístico digital es heredero directo de los géneros y los formatos que se han venido utilizando durante décadas en el soporte impreso.

Existen, no obstante, disciplinas periodísticas en las que se advierte una rápida evolución hacia nuevas formas de producción y difusión de contenidos periodísticos digitales en Internet, y sugiero estar atento a ellas puesto que aportan pistas sobre cómo podría ser el futuro del lenguaje periodístico en las redes digitales. Una de las áreas donde se puede observar con más nitidez esa evolución es, probablemente, la infografía. La infografía digital ha explorado formas periodísticas avanzadas, que aprovechan cada vez más los recursos del soporte digital. Las infografías de los

¹⁴¹ Prensa, radio y televisión

medios digitales de hace una década no eran más que fotografías que se elaboraban para el soporte impreso, y hoy día se han convertido en depurado material periodístico que integran textos, fotografías y videos, 3D, sonidos y cada vez mayores dosis de interactividad.

6.2.5 Frutos de la convergencia digital.

Una vez analizadas las visiones, cuando tratamos sobre la convergencia digital son: la empresarial, la tecnológica, la profesional y la comunicativa. Claro esta, la evolución de estas no es estrictamente uniforme y que tenemos como ejemplo las visiones empresarial y tecnológica. Ya que cuentan con un grado de desarrollo avanzado porque, son las más antiguas y en las que más se ha generado una inversión. Si se han dado decisiones de inversión es porque se consideran las más importantes. Sin embargo, la visión profesional y, en concreto, la comunicativa, se encuentra en un nivel de desarrollo, dada a su relativa juventud. Esto no significa que deba ser lo correcto, ya que todas las visiones deben de tener su importancia y ser apoyadas como tales.

6.2.6 Posibilidades de óptimo desarrollo de las distintas visiones.

Queda expuesto anteriormente que existe una desigualdad en inversión en las visiones de las empresas de comunicación, sobre todo a la hora de planificar sus estrategias de comunicación digital, puesto que deberían centrarse en potenciar el avance de las visiones profesional y comunicativa, y en no limitarse sólo a los aspectos empresariales y tecnológicos. Pero vamos a ir desgranando estas posibilidades en cada una de ellas:

6.2.6.1 Visión empresarial

El paso que se debe plantear es saltar de la simple implantación gerencial de las compañías de comunicación para llegar a una integración editorial de los diversos medios que componen esas compañías. Este salto no está basado en la pérdida de identidad empresarial ni de independencia respecto a las demás, sino que se generen flujos de comunicación informativa a nivel interior para que se potencie la concentración en lo que cada medio se ha especializado.

6.2.6.2 Visión tecnológica

Se debería hacer hincapié en la optimización de la gestión de recursos y producción de contenidos informativos. Hay que corregir algo la mentalidad de inversión de en la producción y difusión, y potenciar en la usabilidad y accesibilidad de fuentes de información y el aumento de dinamismo en flujo de la misma a nivel interno. La producción de un buen material informativo viene condicionada por una buena materia prima informativa y un buen profesional. Si solo se invierte en mejorar las herramientas de producción pero no en las herramientas que faciliten la obtención de materia prima, no se va a conseguir un material informativo de calidad. Por ello, un gran reto es reducir ese desnivel de inversión sin descuidar los otros pilares.

6.2.6.3 Visión profesional

Hace casi una década años, cuando me comencé a trabajar en RTVCM, recuerdo que el director de Realización, Carmelo Barrera me hizo una pregunta “¿Por qué un ingeniero de Telecomunicaciones debe estar en realización?” Y mi respuesta fue “un realizador no solo debe saber cómo componer o coordinar un equipo técnico, sino que también debe conocerlo a nivel técnico para poder sacar el máximo partido”. Con esto a lo que quiero llegar es que un profesional sea cual sea debe de tener un gran conocimiento sobre la disciplina que está desarrollando pero también debe de conocer en profundidad el funcionamiento de sus herramientas y las

posibilidades que les pueden aportar. Por ello, en todo esto una de las cosas que, en el caso que nos conlleva, el productor de contenidos periodísticos digitales debe insistir en la formación. Según los resultados de las encuestas y el resto de metodologías aún existe algo de ignorancia en las redacciones sobre sus herramientas, su uso y que finalidad tienen estos recursos digitales en el periodismo. Tanto los productores con más años de experiencia como los que tienen menos kilómetros profesionales recorridos, deben aprender las mejoras que conllevan, los avances tecnológicos en las herramientas para la mejora del trabajo. Se debe impulsar desde un ámbito personal del productor y por otro lado, desde las empresas de comunicación un compromiso de planificación formativa que mejore el nivel de reciclaje del profesional, con ello obteniendo un aumento de calidad del producto final en un corto o medio plazo.

6.2.6.4 Visión comunicativa

Existe una demanda por parte de los nuevos medios y de los consumidores en generar nuevas formas de presentación de la información. Esto requiere un trabajo extra para los productores que deben de sacar partido de las ventajas y potencias de las redes digitales con la finalidad de desarrollar formatos informativos que aprovechen todo lo que se pueda esas utilidades. Para realizar esta labor extra, se le demanda al productor un cierto grado de creatividad además de un interés en la innovación así como para la empresa una preocupación por realizar inversión en estos avances tecnológicos. La juventud actual, que podrían ser los consumidores informativos del futuro, engloban los contenidos audiovisuales e interactivos en un solo aspecto lúdico. Por ello, las futuras estrategias de comunicación deberán basarse en cierto componente lúdico para poder captar su atención, atraerlos y descubrirles los productos informativos.

Para terminar este punto de visiones en la integración digital de la información, debemos resumirlo en que se debe potenciar tres aspectos:

- Una buena estrategia de planificación.
- Inversión en innovación en tecnología y comunicación.
- Formación actualizada de los recursos del productor de contenidos periodísticos digitales.

6.3 Software libre vs propietario.

La batalla del software (SW) libre contra el software propietario, no es una novedad, sino que ya viene de lejos.

Basándonos en la propuesta¹⁴² de la Free Software Foundation (FSF)¹⁴³ y Richard Stallman¹⁴⁴ que prefieren englobar las dos características de software libre y código libre empleando el término

¹⁴² Williams, Sam (2002). [Free as in Freedom: Richard Stallman's Crusade for Free Software](#). ISBN 0-596-00287-4

¹⁴³ http://es.wikipedia.org/wiki/Free_Software_Foundation

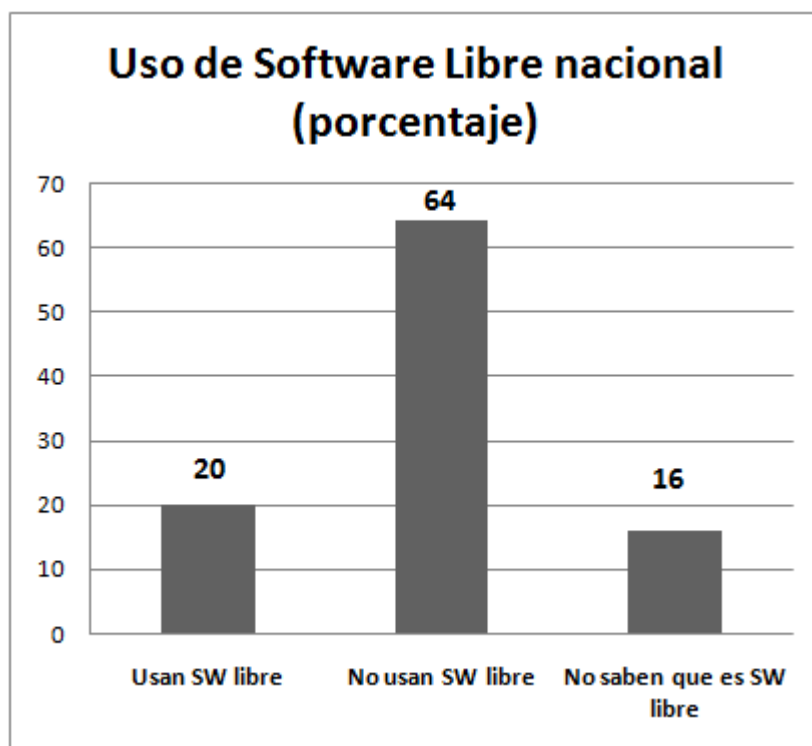
¹⁴⁴ Fundador del Movimiento por el software libre.

"*software libre*". Y teniendo en cuenta esto podemos afirmar que la diferencia entre los SW propietarios y libres se encuentra en el código fuente de su programación. Mientras que en un software libre, su uso es gratuito y su código es accesible por cualquier programador, el propietario posee un código cerrado, al que sólo pueden acceder los programadores de esa marca.

Para realizar, las encuestas acerca de la temática de este apartado, tuve que hacer preguntas filtros para poder discernir entre software libre y propietario gratuito. El hecho que un programa sea gratuito no tiene porque estar vinculado al código libre. De hecho, hay mucho SW propietario que publican versiones de demostración (demos) o versiones gratuitas con menos funciones que la original. Estas últimas son una herramienta de marketing que en muchos casos culmina con la compra del software completo (full).

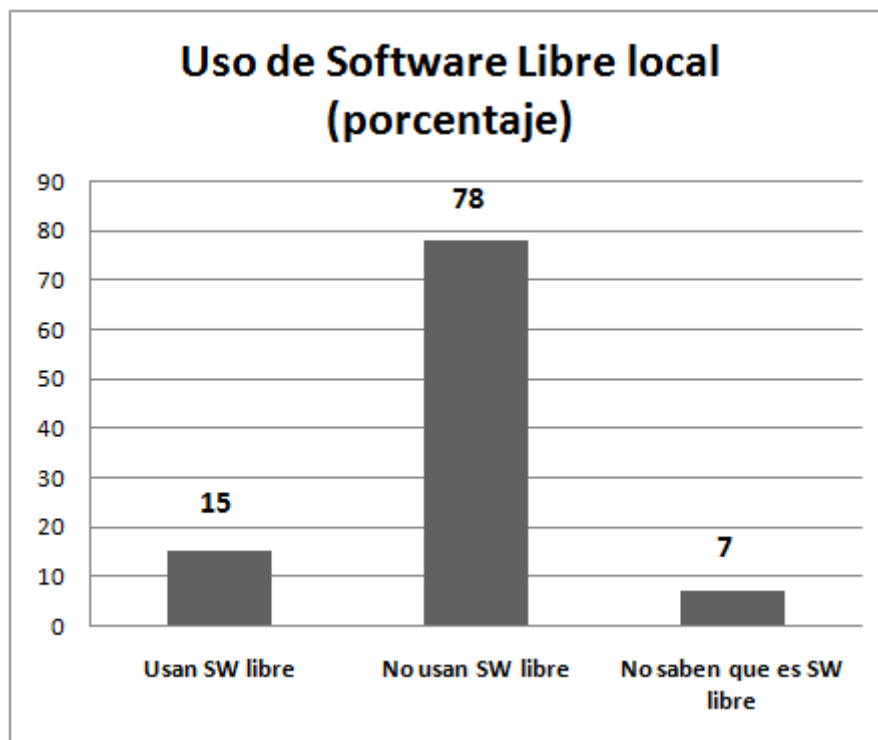
Sin embargo cuando miramos con las lentes de la accesibilidad y usabilidad, debemos insistir en puntos como:

- Posibilidad de integración con otro software u otro hardware.
- Opciones que aumenten a un grado óptimo de usabilidad y accesibilidad.
- Ampliación de herramientas propias
- Accesibilidad al soporte.
- Dinamización a la hora de la ejecución.
- Sistema operativo sobre el que está funcionando.



Gráfica 42. Uso del Software Libre (nacional). Fuente: Elaboración propia

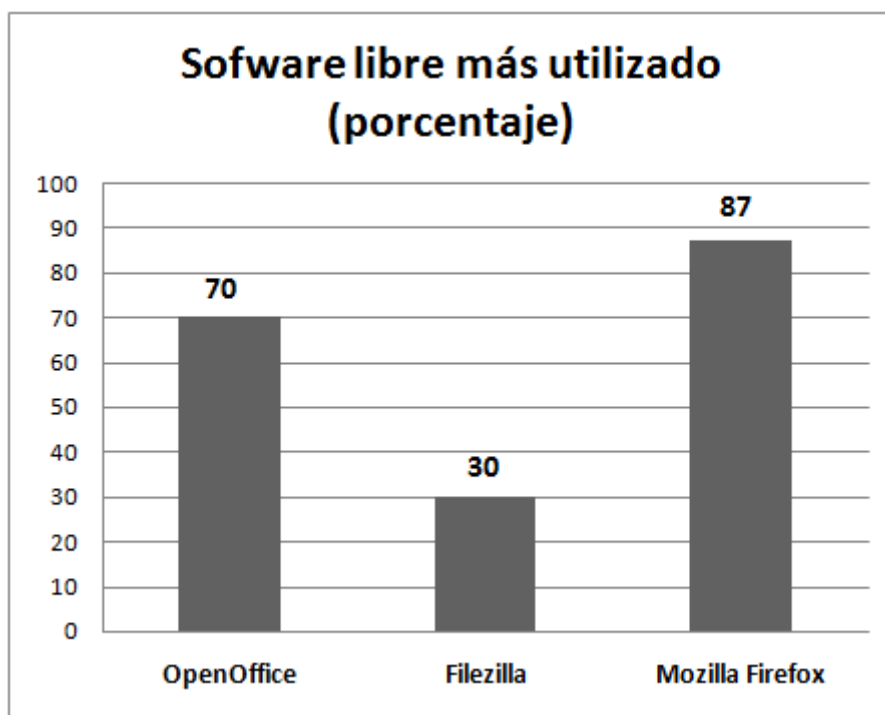
A nivel nacional, como pueden ver en la gráfica 42, en un 64% de los productores de contenidos periodísticos digitales encuestados reconocen que no usan SW libre en el trabajo, mientras que un 20 % sí que lo usan. Tal vez, lo que es preocupante es que un 16 % no sabe que es la terminología de software libre, por lo que le imposibilita a contestar una de las dos opciones anteriores.



Gráfica 43. Uso del Software Libre (Córdoba).Fuente: Elaboración propia

En Córdoba, el uso de SW disminuye un 5% respecto al ámbito nacional, situándose en un 15%. Mientras que una de las consecuencias de lo anterior es el aumento de un 14% del uso de SW propietario, llegando al 78%. Como parte positiva tenemos que la cantidad de usuarios que no saben lo que es un software libre es sólo de un 7%.

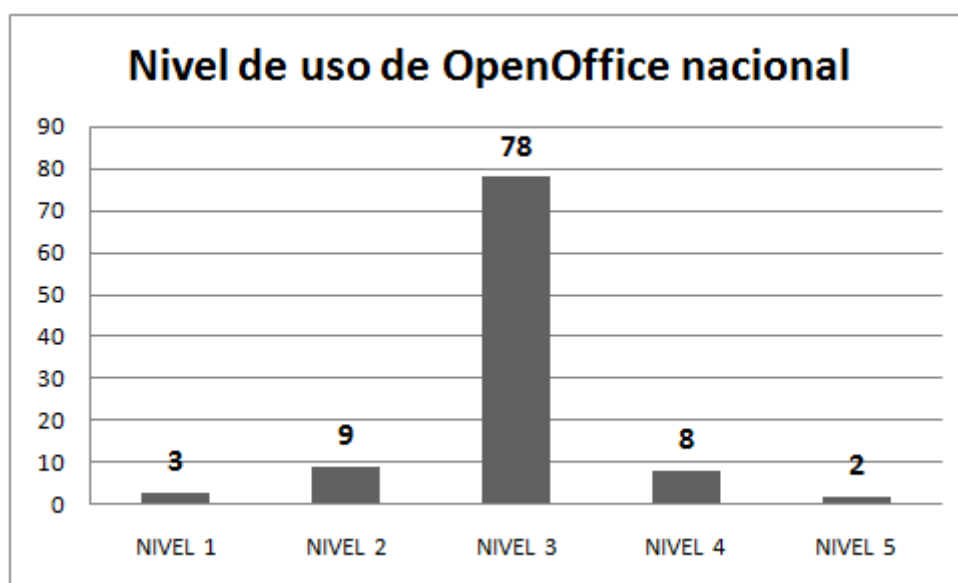
En el caso de las herramientas del productor de contenidos periodísticos digitales, teniendo en cuenta los tiempos que estamos pasando de crisis, lo ideal es poder trabajar con programas económicos, pero que a su vez tengan un alto grado de estabilidad, usabilidad, adaptabilidad y accesibilidad. Pero lo ideal no es siempre lo real, ya sea por soporte, por comodidad o intereses determinados de las empresas de comunicación, aún queda convivir con SW propietario algún tiempo. Dentro de esto, tenemos un dato de optimismo, el incremento de porcentaje de usuarios que conocen la terminología de SW libre.



Gráfica 44. Uso del Software Libre. Encuestas de investigación

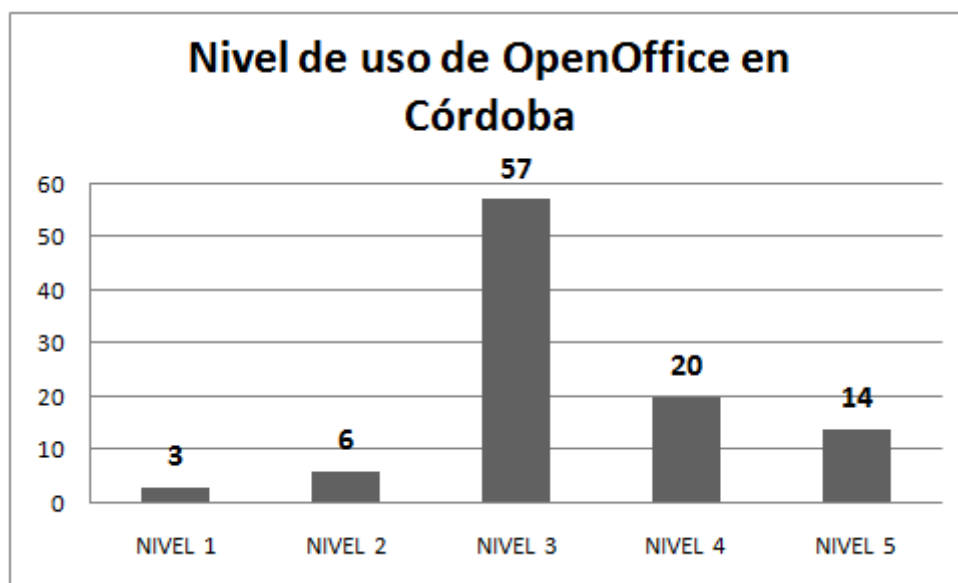
Aunque la intuición me decía que OpenOffice podría ser el software más utilizado en el lugar de trabajo del productor de contenidos periodísticos digitales, es finalmente, el Mozilla Firefox el que con un 87% de los encuestados dicen usarlo.

A continuación, voy a exponer el nivel de uso que tienen estos SW. Se propuso hacer una escala de valores para esos niveles que van desde el 1, que nos indica que no tiene ningún conocimiento normal, que usa muy pocas herramientas. En el nivel 3 nos indicaría que tiene un nivel de usuario aceptable y en el nivel 5 es que tiene un nivel avanzado.



Gráfica 45. Uso de Open Office .Fuente: Elaboración propia

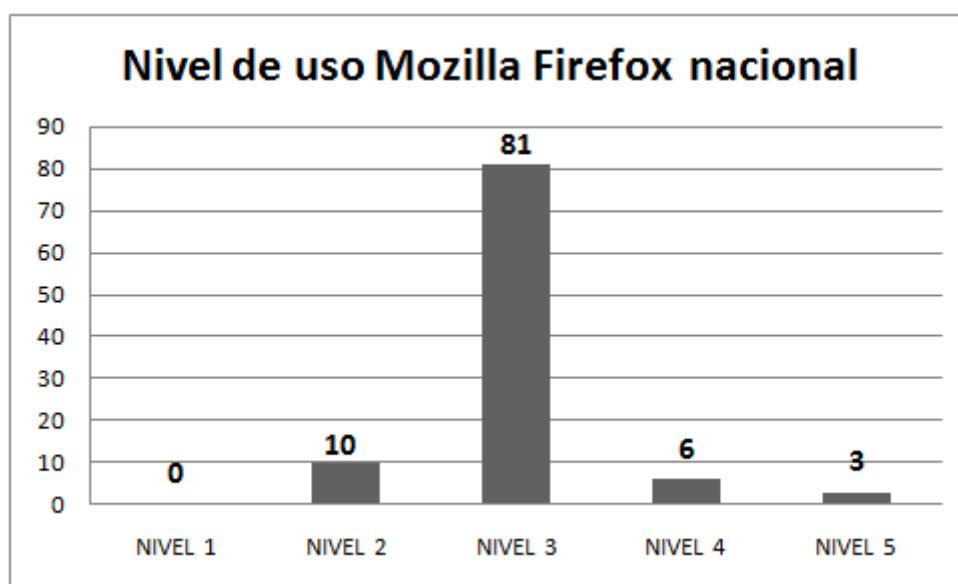
En primer caso, tenemos el nivel de uso del Openoffice en un ámbito nacional en el que se denota en un 78% un grado normal de uso con una tendencia negativa a un 9%.



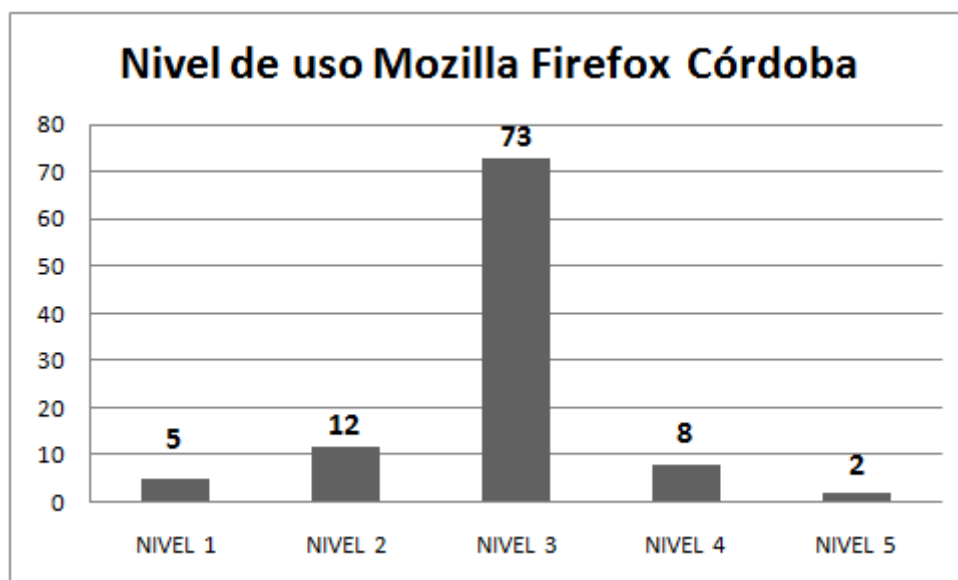
Gráfica 46. Uso de Open office (Córdoba). Fuente: Elaboración propia

En el caso de Córdoba podemos observar que el porcentaje que han elegido el nivel 3 se reduce en 21 puntos , llegando al 57%, pero en este caso la tendencia es positiva ya que nos muestra un incremento de usuarios con más nivel.

En ambos casos geográficos, cabe resaltar que la gran mayoría de usuarios que se sitúan en los niveles 4 y 5 su rango de edad se sitúa entre los 24 y los 40 años , por otro lado, siendo los usuarios que cuyos niveles 2 y 3 los que están representados una gran mayoría entre los 41 y 64 años.



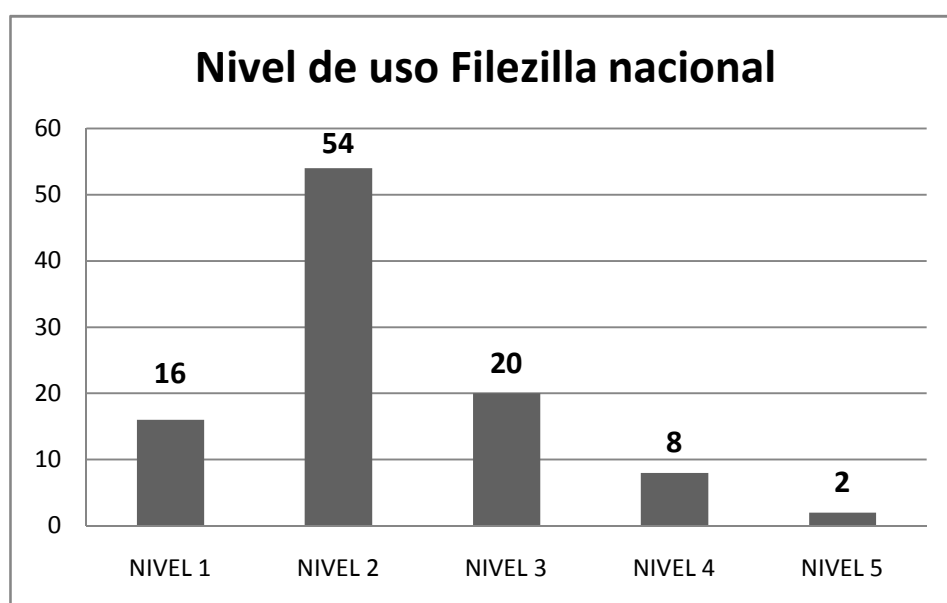
Gráfica 47. Uso de Mozilla Firefox (nacional) .Fuente: Elaboración propia.



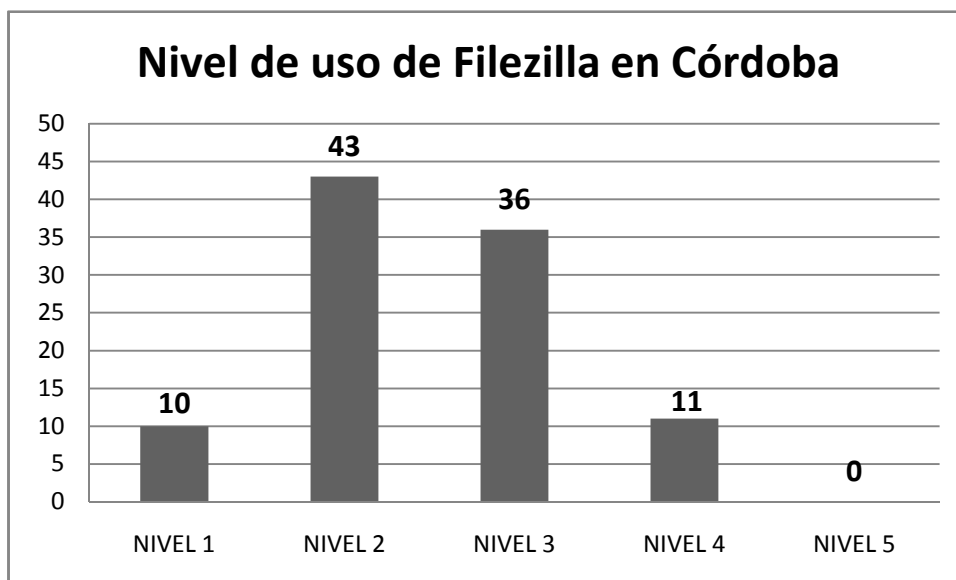
Gráfica 48. Uso de Mozilla Firefox (Córdoba). Fuente: Elaboración propia.

El navegador Mozilla Firefox es usado , a día de hoy, como alternativas a Internet Explorer que viene integrado en el sistema operativo Microsoft Windows. Pero cada vez más , se instala este navegador como opción predeterminada para la navegación por la internet.

Tan sólo diferencian 8 puntos al comparar el nivel 3 de uso de Mozilla Firefox entre los dos ambitos geográficos de estudio. En ambos, su uso es normal, con una destreza en la que el usuario sabe navegar con soltura, pero si que resalta los comentarios de muchos sobre lo engorroso que les resulta guardar las páginas favoritas e instalación de plugins. De ahí, que exista entre un 10 y un 12 % en el nivel 2.



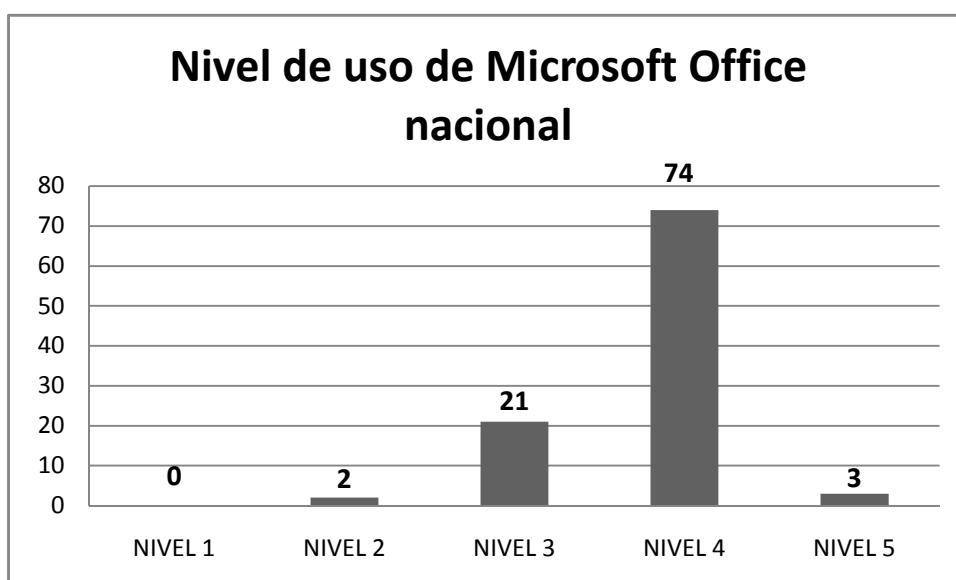
Gráfica 49. Uso de Filezilla (nacional). Fuente: Elaboración propia.



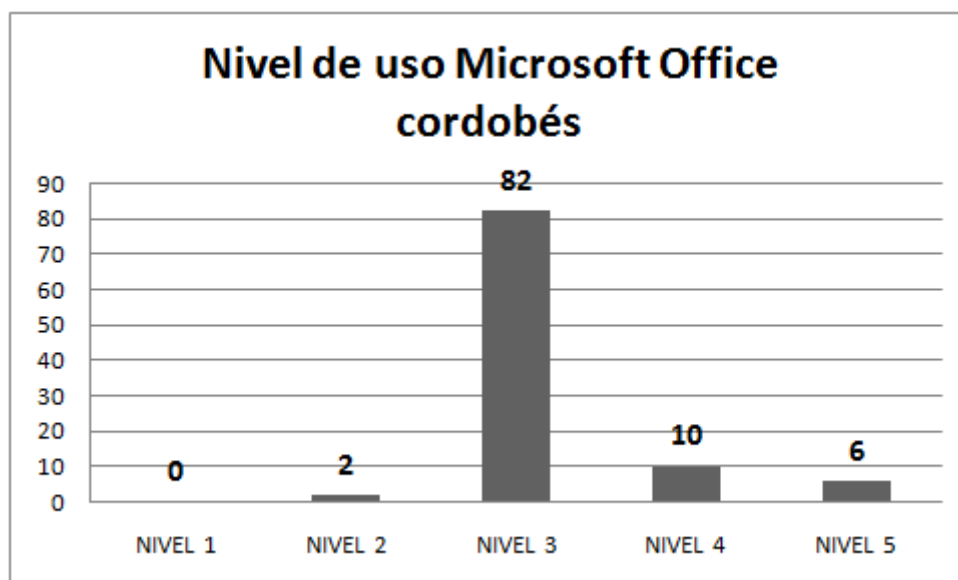
Gráfica 50. Uso de Filezilla (Córdoba). Fuente: Elaboración propia.

Se ha consagrado como el SW servidor o cliente FTP más instalado. Al ser un SW más técnico, se denota un nivel de uso global más decreciente. Se delimita al concepto de intercambio de ficheros y cuya instalación es muy sencilla. En la mayoría de los casos no saben que es un protocolo y que es el protocolo FTP.

Estas definiciones, a pesar de su contenido técnico, debían estar claras a nivel general . Ya que si aclaramos las terminologías , su uso podría ser mejorado debido a la mejor a de comprensión de funcionamiento.



Gráfica 51. Uso de Microsoft Office (nacional) Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 52. Uso de Microsoft Office (Córdoba) Fuente: *Elaboración propia.*

Microsoft Office es el paquete de SW propietario que más usa el productor de contenidos periodísticos digitales como herramienta de producción. Muy poco porcentaje de usuarios han recibido una formación reglada sobre este paquete, el aprendizaje autónomo es el más utilizado para adquirir los conocimientos básicos para su uso. Viendo los resultados de las estadísticas se puede discernir que en un ámbito nacional se posee un 74% de un nivel 4 de uso, mientras que en Córdoba se resalta un 82% de nivel 3. Las causas de estas diferencias de niveles en los dos ámbitos podrían estar basadas en rangos de edad.

Bajo mi experiencia en formación, los usuarios con un rango de edad superior y con predisposición a aprender, son mucho más metódicos a la hora de aplicar sus conocimientos, asentando en gran medida lo aprendido.

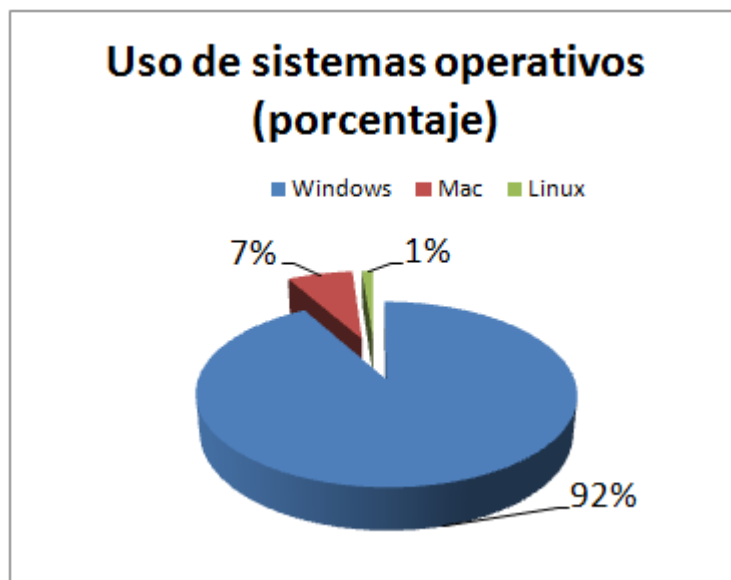
6.4 Sistemas operativos.

En los sistemas operativos para el ordenador, Microsoft continua estable, siendo su sistema operativo el más utilizado, aunque debe señalarse el aumento del sistema operativo de Apple.

Hace unos años, resaltaba la tecnología Apple, su procesador PowerPC¹⁴⁵ que poseía una arquitectura muy optimizada en procesos, pero con fines mercantiles de vender un producto más barato y asequible a los bolsillos de consumidores, se optó por utilizar procesadores Intel, y para muchos, perdió su esencia.

En este apartado, debemos tener en cuenta la usabilidad y accesibilidad de sistemas operativos, y el Mac OS es el primero en suspender. La principal causa es que su sistema operativo no puede adaptarse a cualquier interface o HW contenedor, tiene que ser propietario de la marca. Por lo que se limita su uso considerablemente para la diversidad.

¹⁴⁵ http://commons.wikimedia.org/wiki/File:PowerPC_G4e.png



Gráfica 53. Porcentaje de uso de Sistemas Operativos. Fuente:
Elaboración propia

Sin embargo, tenemos que de los otros sistemas más usados como Windows, Google Android y Linux pueden ser instalados en dispositivos que no necesariamente deben ser propietarios.

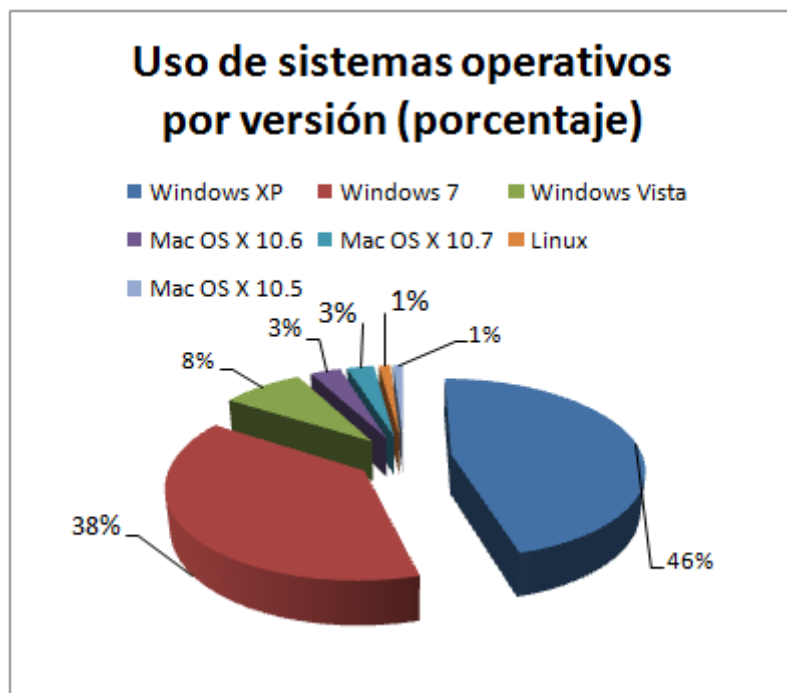
Comencemos a desgranar estos tres SO¹⁴⁶, el primero va a ser Google Android que comenzó introduciéndose en el mundo de la tecnología de telefonía móvil, y ha terminado en implantarse en tabletas y portátiles.

Android, al contrario que otros sistemas operativos para dispositivos móviles como iOS o Windows Phone, se desarrolla con código libre dando así un acceso público a sus entrañas. Su acceso es tanto al código fuente como al listado de incidencias donde se pueden ver problemas aún no resueltos y reportar problemas nuevos.

También debo aclarar que se tenga acceso al código fuente no significa que se pueda tener siempre la última versión de Android en un determinado dispositivo, ya que el código para soportar el hardware, los controladores, de cada fabricante normalmente no es público, así que faltaría una parte básica del firmware para poder hacerlo funcionar en dicho terminal, y porque las nuevas versiones de Android suelen requerir más recursos, por lo que los modelos más antiguos quedan descartados por razones de memoria RAM, velocidad de procesador, etc.

La idea principal cuando se ensambló Android era de un sistema operativo pensado para usar con teclado, y gracias a un cursor poder navegar entre las aplicaciones. Desde su comienzo, Android ha sido altamente personalizable. Poco después, antes del lanzamiento del primer teléfono Android, esta filosofía cambió para convertirse en eminentemente táctil, y poder competir contra el recién lanzado iPhone.

¹⁴⁶ Sistemas Operativos



Gráfica 54. Porcentaje de uso de Sistemas Operativos (por versión).
Julio 2012 Fuente: Elaboración propia

Existen algunos artículos¹⁴⁷ en los que se comparan los sistemas operativos de Linux y Microsoft Windows en cuanto a las herramientas que poseen para la obtención de un grado óptimo de accesibilidad y usabilidad. Dejan entrever las posibilidades de expansión de aplicaciones de accesibilidad en el sistema Linux, mientras que en el sistema Windows sólo tiene las que traen en su paquete original, y para poder diseñar una aplicación compatible, hace falta tener acceso pleno a Apis o código del sistema.

Para terminar de convencerme, entre un uso entre Windows o Linux, Jakob Nielsen se ha pronunciado sobre la usabilidad del sistema operativo Windows 8¹⁴⁸ *“la usabilidad en Windows 8 es decepcionante tanto para usuarios novatos como para avanzados”*. Los puntos destacables de forma negativa son las características ocultas detrás de la interfaz minimalista, las pocas probabilidades de que el usuario nuevo descubra algo como un botón útil, el stress que causa tener dos ambientes gráficos y tener que recordar donde está la aplicación o fichero que buscamos y la poca información en pantalla. Descartamos también el sistema Microsoft Windows, por no tener un grado óptimo de usabilidad. Nos queda Linux.

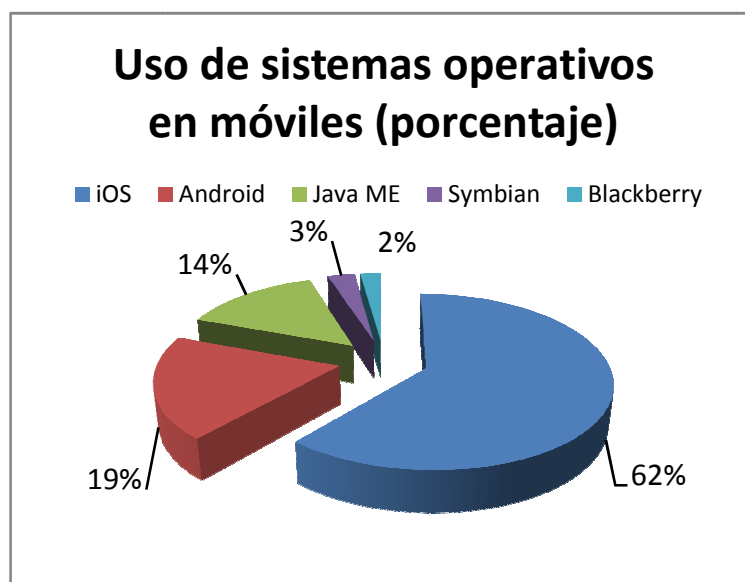
De hecho, el grupo de investigación EATCO dirigido por el profesor Dr. D. Carlos de Castro han dado un paso más adelante creando un sistema operativo (SO) con el kernel de Linux y software libre, Siesta¹⁴⁹.

¹⁴⁷ Fonoll J. y Sacco A. "Accesibilidad de los sistemas operativos Windows y Linux". Consejería de Educación de Murcia. Ed. UPCT. 2008

¹⁴⁸ <http://www.nngroup.com/articles/windows-8-disappointing-usability/>

¹⁴⁹ <http://www.cpmi.es/media/siesta.pdf>

Las tecnologías móviles están integradas en nuestras vidas completamente, por ello además de tratar de una forma global los SO es interesante que planteemos la situación de estos en estos dispositivos. Durante los primeros meses de 2010 estaba liderado por Symbian OS (46,9%), con casi la mitad del total de usuarios, seguido de los sistemas Blackberry (19,9%), iPhone OS (14,4%) y Microsoft Windows Mobile (8,7%). Android, a pesar de tener una penetración de un 3,9%, es el sistema operativo que más ha crecido durante 2009, y Symbian empezó a perder usuarios a favor de Android y el sistema operativo de Apple. En 2012, Android es el segundo sistema operativo que más ha crecido en su uso, desde el 2009 hasta el 2012 ha tenido experimentado una crecida de 15,1% situándose en un 19%, sin embargo Symbian ha caído en picado situándose en porcentaje de 3%, una caída de un 43,9 %. Y con una pendiente similar en positivo, el IOS es SO más utilizado en telefonía móvil a nivel mundial con un 62%.



Gráfica 55. Porcentaje de uso de Sistemas Operativos en móviles .2012. Fuente: Elaboración propia

6.5 Tipología de las herramientas actuales Tics del productor de contenidos periodísticos digitales. Producción y fuentes de información.

Cuando hablamos de herramientas del productor de contenidos periodísticos digitales, hacemos referencia a todos los recursos tecnológicos de que dispone para desarrollar sus funciones de elaboración de la información. Todo el ciclo que engloba desde la recepción de fuentes de información pasando por elaboración de un producto informativo hasta su disposición para el consumo.

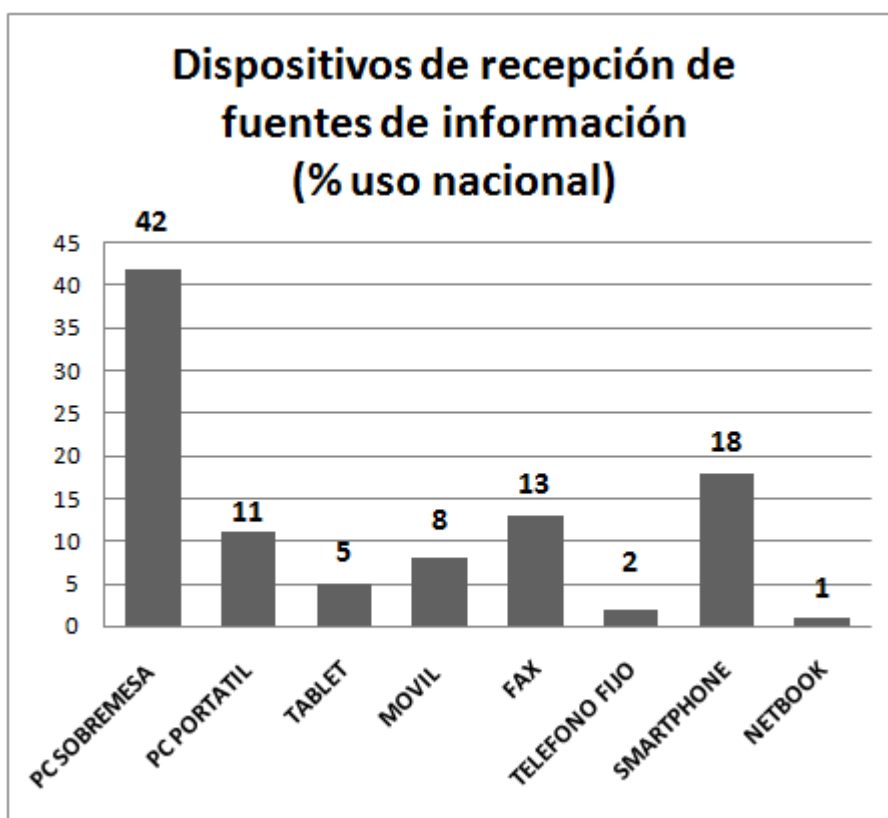
En este estudio, he valorado las herramientas del sistema de producción y de fuente de información. Aunque la finalidad de esa información sea transformarse en infografía, sonido, video, etc. siempre se pasa por un formato texto, donde como buen cocinero informativo cuece su producto con su propio estilo. Por ello, voy a exponer que herramientas son utilizadas en ambos respecto al trabajo de campo realizado.

6.5.1 Sistemas de fuentes de información.

6.5.1.1 Hardware de sistemas de fuentes de información.

Los sistemas de fuentes de información que tiene a su disposición el productor de contenidos periodísticos digitales son muy similares en todos los centros de producción en los que se han realizado las metodologías de investigación, tanto encuestas como trabajos de campo.

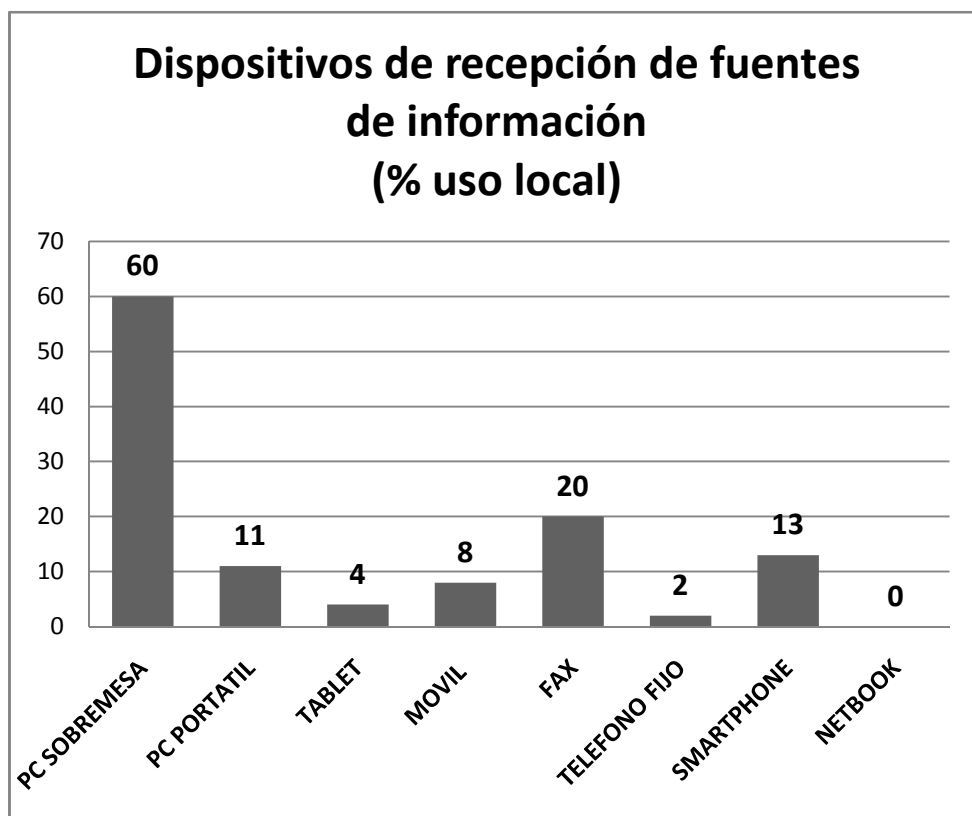
También sufre una similitud el flujo de trabajo que se desarrolla en torno a las distintas herramientas de recepción de fuentes de información. Estas herramientas las vamos a analizar tanto desde la tipología de hardware como la forma de interface con el productor, todo ello localizado en su puesto de trabajo o traslados para su realización.



Gráfica 56. Porcentaje de uso de dispositivos de recepción de fuentes de información (nacional). Fuente: Elaboración propia

El dispositivo más usado para la recepción de fuentes de información es el Pc de sobremesa con un 42% , siendo seguido por el smartphone , fax y portátil. Aunque, aún no ha tenido un auge denotado, las nuevas tecnologías como son las tabletas ya comienzan a usarse para la recepción

de información. El alto porcentaje del uso del smartphone puede ser debido a que el usuario lo considera como una tableta con conexión 3G¹⁵⁰.



Gráfica 57. Porcentaje de uso de dispositivos de recepción de fuentes de información (Córdoba). Fuente: Elaboración propia.

En el caso de Córdoba, se puede observar en la gráfica 57 que el uso del pc es superior que en el ámbito nacional con una diferencia de un 18%. Este nivel de uso lo coprotagoniza con otro dispositivo que es el fax con un 20% y que en comparación con el nivel estatal tenemos que aumenta un 7%.

Si tenemos en cuenta el incremento de porcentaje en un 25% en dispositivos más modernos, se puede decir que existe una diferencia en inversión en nuevas tecnologías.

6.5.1.2 Software de sistemas de fuentes de información.

Pero para poder recibir esas informaciones, hay que hacerlo a través de un determinado flujo o interface. Tanto a nivel local o nacional, los más utilizados son los siguientes:

- a) Notificación vía SMS¹⁵¹ del servicio de emergencias 112. Es una suscripción que se realiza en el servicio de emergencias para que cuando se dé un evento con un nivel considerable

¹⁵⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil_3G

¹⁵¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_mensajes_cortos "El servicio de mensajes cortos o SMS (Short Message Service) es un servicio disponible en los teléfonos móviles que permite el envío de mensajes cortos (también conocidos como mensajes de texto, o más coloquialmente,

de importancia, se le comunica a los suscriptores a través de un SMS. Para darse de alta, hace falta pertenecer a un medio de comunicación y mandar un mail con tus datos personales y del centro donde tienes tu puesto de trabajo. El centro emisor territorial del 112, redacta y emite un titular de la información en menos de 140 caracteres. Si esta información es interesante para el productor, deberá llamar por teléfono a este servicio para que el servicio de comunicaciones del 112 le suministre más datos sobre el suceso. Con ellos, tendrá parte del material para su producción.

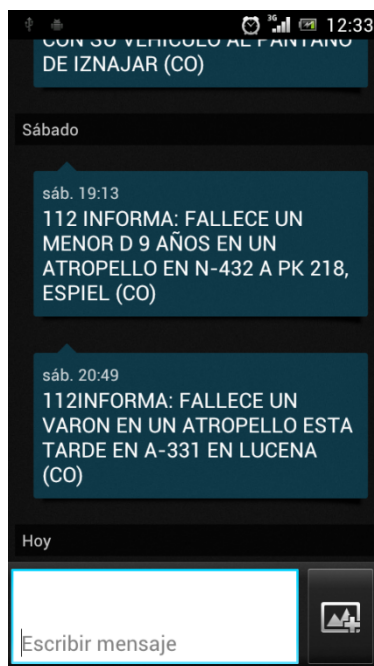


Gráfico 58. Captura de pantalla de recepción de sms de servicio 112. Fuente: Elaboración propia.

b) Software para recepción de Teletipos.

La recepción de la información de determinadas agencias se puede hacer a través de software e internet. Los más utilizados en este estudio han sido el Quay y el Avid© Inews.

Avid© Inews es un software desarrollado por la empresa Avid©. Sus funciones son diversas pero las que nos interesan para este estudio son las de producción y las de recepción de fuentes de información. En esta última funcionalidad, tenemos la de recepción de teletipos de agencias de comunicación como pueden ser EFE, REUTERS, FORTA, etc.

textos) entre teléfonos móviles que inventó un finlandés, Matti Makkonen junto al GMS en 1985. El SMS servía para teléfonos fijos y otros dispositivos de mano. SMS fue diseñado originariamente como parte del estándar de telefonía móvil digital GSM, pero en la actualidad está disponible en una amplia variedad de redes, incluyendo las redes 4G.”

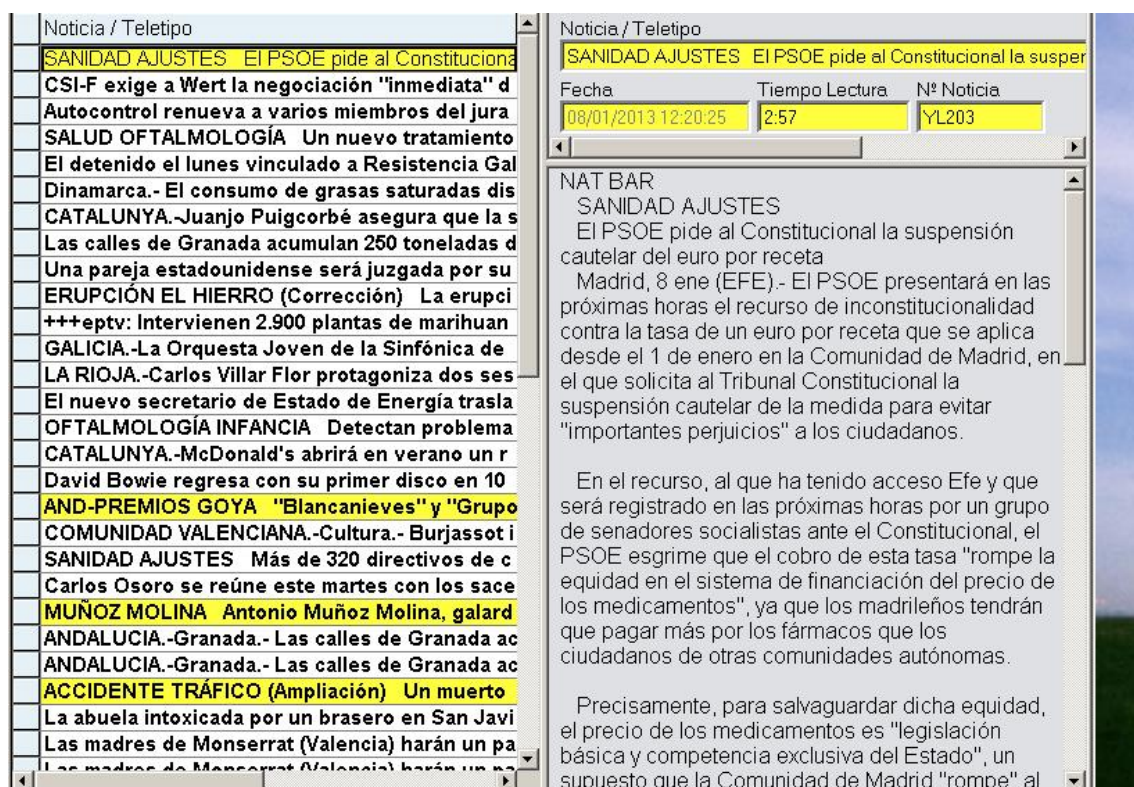


Gráfico 59. Teletipos. Fuente: Avid Inews.

Aunque los clientes se instalan sobre un sistema operativo Microsoft Windows, el server debe tener un sistema Linux. La información es recibida por este servidor, a través de un protocolo de ftp en el que se recibe en ficheros de extensión *.sfc que son contenedores de la información y otros metadatos. Este es pasado por un analizador sintáctico¹⁵² que es una de las partes de un compilador que transforma su entrada en un árbol de derivación.

El análisis sintáctico convierte el texto de entrada en otras estructuras (comúnmente árboles), que son más útiles para el posterior análisis y capturan la jerarquía implícita de la entrada. Dentro del fichero recibido tenemos la información para el productor y la información para su catalogación.

Tags de catalogación	Destino
EFEboe	Agencias.nacional
EFEopl	Agencias.nacional
EFEdep	Agencias.nacional

Tabla 23. Ejemplo de Tags de catalogación.

¹⁵² en inglés *parser*

El nivel de urgencia de los teletipos viene dado por el color de fondo:

- Blanco: Normal
- Amarillo: Importante
- Rojo: Urgente

	Descubren en ratones un gen esenc
	(AVANCE) BLANCANIEVES Y GRUF
	(AVANCE) EL TESORO EMITIRA HAS
	ANDALUCIA.-Sevilla.-AV-CaixaBank a
	AV.- 'Blancanieves', 'Grupo 7' y 'Lo ir
	Fútbol.- La Liga española se destaca

Gráfico 60. Colorimetría de niveles de urgencia. Fuente: Avid Inews

Por otro lado tenemos Quay de la empresa Protecmedia¹⁵³, utilizado principalmente en empresas de comunicación de prensa escrita tanto nivel local como nacional. Su funcionamiento es similar al de Inews, pero este posee un diseño más atractivo. Entre sus funciones parece no presentar ningún sistema de indicación de nivel urgencia de recepción de teletipos.

¹⁵³ <http://www.protecmedia.com>

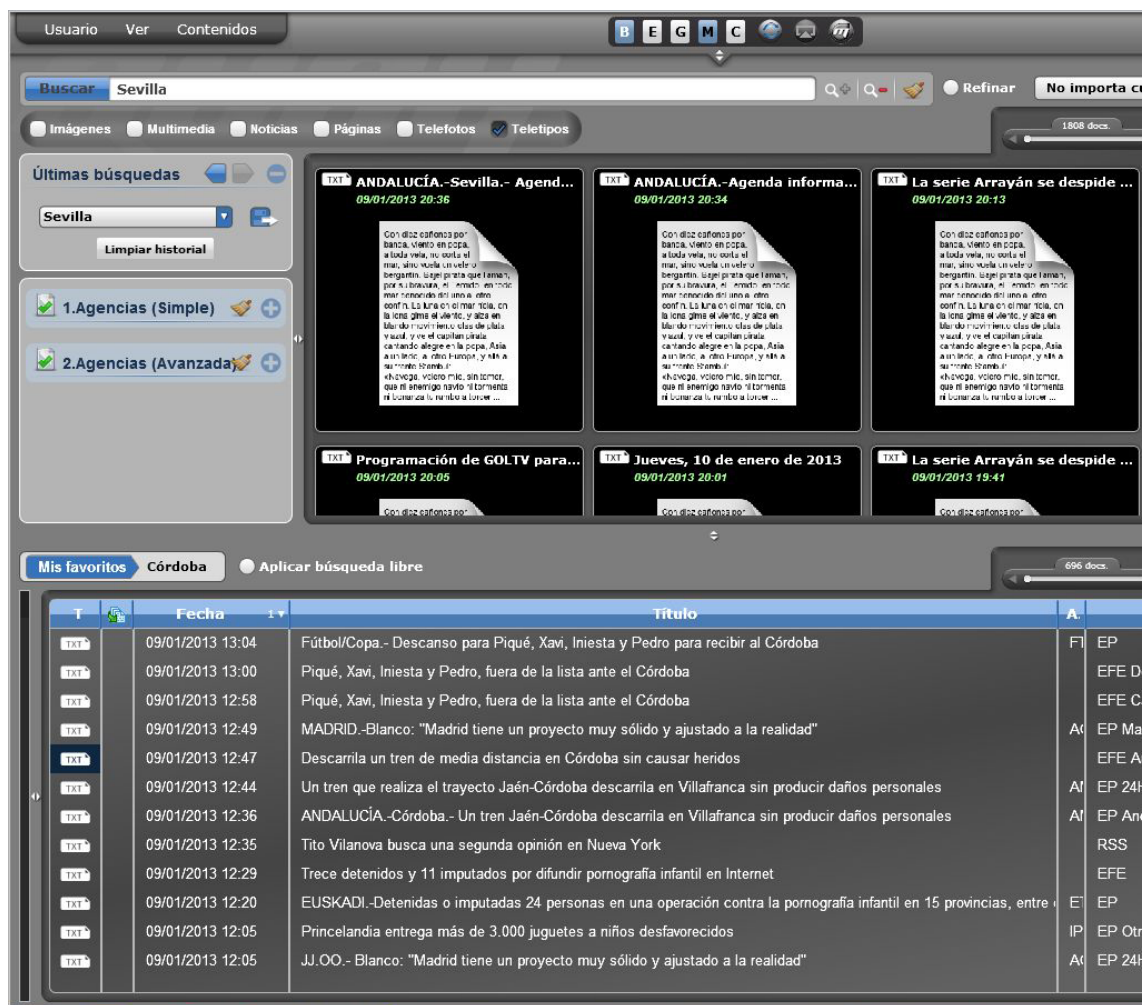


Gráfico 61. Vista general de Quay, Fuente: Protecmedia.

Ambos software disponen de un motor de búsqueda con opciones básicas y avanzadas. En el caso de Inews, se puede utilizar un conjunto de operadores booleanos¹⁵⁴ para la realización de las búsquedas e incluso te ofrece una traducción de estos en fórmulas booleanas.

¹⁵⁴ Ver ejemplo de tabla de operadores booleanos que nos muestra la Universidad de Navarra .

<http://www.unav.es/adi/servlet/Web2?course=80972115&action=verWeb&pagina=68517>

Gráfico 62. Búsquedas con operadores booleanos. Fuente: Avid Inews

Una vez expuestos ejemplos de los interfaces de recepción de teletipos, voy a proceder a destacar de forma generalista los puntos en los que se debería mejorar, sin caer en la tentación de personalizar cada uno de ellos. Estaría fuera de lugar que seleccionemos uno de ellos y nos centráramos en ver sus posibles problemáticas. Nos interesa generar puntos de revisión.

Voy a comenzar por la falta de un criterio unificado sobre un índice de nivel de urgencia de la información recibida. Con toda seguridad está relacionado con una falta de optimización en la catalogo de dicha información. Una información sobre un fallecido en un accidente, suele una importancia a nivel local o autonómico por el lugar de los hecho, mientras en que en el resto del país su importancia de cara al consumidor es menor. Mientras que esta información tiene más importancia a nivel local *“Fallecido un vecino de Villa del Rio (Córdoba) en accidente de tráfico en la carretera de Palma a la altura de la finca de Moratalla”* y esta otra, tiene menos nivel de importancia en un ámbito nacional *“Un fallecido en accidente de tráfico en la provincia de Córdoba”*.

Tanto las normativas UNE-ISO 5127¹⁵⁵ como la ISO 8879¹⁵⁶ así como algunos manuales¹⁵⁷ referidos a documentación no clarifican ni aportar con detalle un procedimiento para poder clasificar la información referida en los teletipos.

Por tanto, es patente una falta de unificación de criterios y protocolos en la integración o programación del *parser* de entrada de información que a consecuencia genera problemas de accesibilidad y usabilidad. Así que podríamos recurrir a la definición de heurística como “procedimiento para resolver problemas por medio de un método intuitivo en el que la estructura del problema puede interpretarse y explotar inteligentemente para obtener una solución razonable”¹⁵⁸ (T Nicholson, 1966). Aunque esto lo veremos más adelante, se basa en la optimización de las formas actuales de análisis de los textos, no solo basándonos en los tags que nos proporciona la fuente sino que además el cuerpo de la información.

¹⁵⁵ Norma española UNE-ISO 5127 (2010). *Información y Documentación Vocabulario*, Madrid: Aenor, comité 50.

¹⁵⁶ Norma ISO 8879. Information processing-Text and office systems-Standard Generalized Markup Language (SGML)

¹⁵⁷ López Yepes, Jose y Osuna Alarcón, M.R. Manual de Ciencias de la Información y Documentación. Ed. Pirámide. 2011

¹⁵⁸ T Nicholson , Finding the shortest route between two points in a network (1966)

Si evaluamos la colorimetría utilizada para resaltar el nivel de urgencia de un teletipo, vemos que se realiza de cierta manera en la que no han tenido en cuenta algunos factores de accesibilidad visual a la hora de su integración o implementación. Los colores que se han utilizado son el verde, blanco, amarillo y rojo anaranjado.

Como ya expuse en el bloque IV, en el estudio me he encontrado profesionales con problemas visuales con colores y que se debían de tener en cuenta a la hora de resaltar cromáticamente el nivel de urgencia. Si recordamos los posibles casos que se pueden presentar son los usuarios que tienen una ausencia total de los fotorreceptores retinianos del color rojo, los que tienen deuteranopia poseen una ausencia de los fotorreceptores retinianos del color verde y aunque hay pocos afectados, los que tienen tritanopia que poseen una ausencia de los fotorreceptores retinianos del color azul. Si tenemos en cuenta los colores utilizado para colorear el fondo del titular del teletipo, como son el verde y el rojo, tenemos posibles candidatos a problemas de accesibilidad visual.

Como parte positiva, he comprobado que se ha tenido en cuenta en algunos casos la posibilidad de modificar el tamaño y tipo de letra en la visualización de los datos mientras que en contra, no se puede modificar el tamaño de los botones y la distancia entre ambos.

La funcionalidad del botón en una interfaz es tan importante como su etiquetado lingüístico. El comportamiento de dicho botón proporcionará información crítica al usuario y le guiará en su interacción con el software.

Otro aspecto a comentar es la consistencia, ya que dotará el software de facultad a los usuarios para poner en marcha sus aprendizajes previos así como le permite dotarse de pautas de actuación más o menos cómodas a la hora de interactuar con el interface. La posibilidad que ciertas opciones o/y botones se repitan en el escritorio del programa, facilitan o pueden facilitar su navegabilidad entre los teletipos.

-Fax de convocatoria de prensa

Aún son muchos los organismos que utilizan este medio para hacer las convocatorias, ruedas o notas de prensa.¹⁵⁹ Este comunicado es impreso por el fax, pero no suele recibir cada productor una copia de ello, por tanto nos encontramos con varios problemas de accesibilidad y usabilidad:

- a) El usuario no puede recibir esa información en cualquier sitio.
- b) Solamente se recibe una copia, si se necesitan más copias se tiene que recurrir realizarlas en la fotocopidora.
- c) Al ser documentos impresos, no se puede modificar ni tipo ni tamaño de letra, por lo que dan casos que no es nada legible partes de las convocatorias.

¹⁵⁹ Ver Anexo 9

d) Al ser una recepción por fax, el documento recibido es blanco y negro con una pobre resolución.

e) La información es paupérrima en cuanto al valor contenido informativo, de cara a afrontar una producción periodística, por lo que se suele acudir a esas convocatorias donde se amplía dicha información.

-Agenda de la asociación de la prensa y previsiones de agencia.

Los productores reciben información sobre las previsiones de los actos que se van a desarrollar en ese día o al día siguiente. Estas pueden venir en forma de teletipos en cualquiera del software anteriores.

Noticia / Teletipo		
ANDALUCIA.-Córdoba.- Agenda informativa de Europa Press para el día 16 de enero de 2013		
Fecha	Tiempo Lectura	Nº Noticia
16/01/2013 5:22:53	5:33	SE0

COA COA

ANDALUCIA.-Córdoba.- Agenda informativa de Europa Press para el día 16 de enero de 2013
CORDOBA, 16 (EUROPA PRESS)

Señalamos a continuación los actos, convocatorias y reuniones informativas previstas en Córdoba y su provincia para el día 16 de enero de 2013.

-- 9,30 horas: Los Encuentros Tributarios de CECO cuentan con F&J. Martín Abogados para analizar cómo afecta la reforma del IVA al sector de la edificación. En la sede de CECO.

-- 10,00 horas: Presentación del 'Concurso A3BTI. Ideas y proyectos de empresa de base agroalimentaria', convocado por el 'Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario 'ceiA3'. En el Rectorado.

-- 10,00 horas: El empresario Julio de la Vega y alumnos de la UCO analizan el proceso de la actividad emprendedora. En el Parque Científico Tecnológico.

-- 10,30 horas: El concejal de Cultura del Ayuntamiento de Córdoba, Juan Miguel Moreno Calderón, presenta la exposición 'Nathalie Mohadjer. Paisajes hermeneúticos'. Moreno estará acompañado por la artista y los comisarios de la exposición Javi Orcaray y Gaby Mangeri de 'La Fragua Artist Residency'. En el Palacio de Orive.

-- 10,30 horas: La consejera de Fomento y Vivienda de la Junta, Elena Cortés, entrega proyectos de obras de rehabilitación de viviendas acogidas al Plan de Choque por el Empleo de la Junta y atiende a los medios. En el Ayuntamiento de Carcabuey. A las 11,30 horas, visita las obras de reparación de la A-339. En el kilómetro 11, en término de Cabra. A las 12,30 horas, Cortés firma con la alcaldesa de Doña Mencía, Juana Baena, la adhesión del municipio al Programa Andaluz en Defensa de la

Gráfico 63. Teletipo con agenda informativa local. Fuente: Avid Inews.

O bien, las pueden encontrar en la página web de la Asociación de la Prensa de Córdoba nos ofrece las previsiones del día siguiente en lo que le denominan “agenda de Córdoba”. En la página de inicio de esta, tenemos un botón que nos lleva directamente a la agenda, posee puntos positivos en accesibilidad como son la consistencia y dimensiones.



Gráfico 64. Vista general de la Agenda informativa de la web de la Asociación de la Prensa de Córdoba. Fuente: ASPRENCOR

-Redes sociales.

Son el resultado innovador de la rápida evolución de las TICs. Para un productor se está convirtiendo en una fuente más de información. Se consigue una gran especialización y filtrado en la información ya que se generan a partir de comunidades de usuarios. Son una herramienta de gran utilidad pero teniendo como premisa los orígenes de la información.

Esta última afirmación, está basada en los resultados de las encuestas realizadas a los profesionales en los que se puede destacar que, a nivel local, la mayoría (63%, piensa que es una buena herramienta si se utiliza correctamente, mientras que un 10% y un 11%, afirman que es una buena herramienta pero no para el periodismo, sino para la comunicación social y por otro lado, opinan que tal elevado flujo de información sin control genera una contra producción en forma de rumores y “desinformación”¹⁶⁰

¹⁶⁰ Se entiende *desinformación* como la producción de una información errónea sin intencionalidad, mientras que los rumores es la tergiversación, en muchos casos, intencionada.

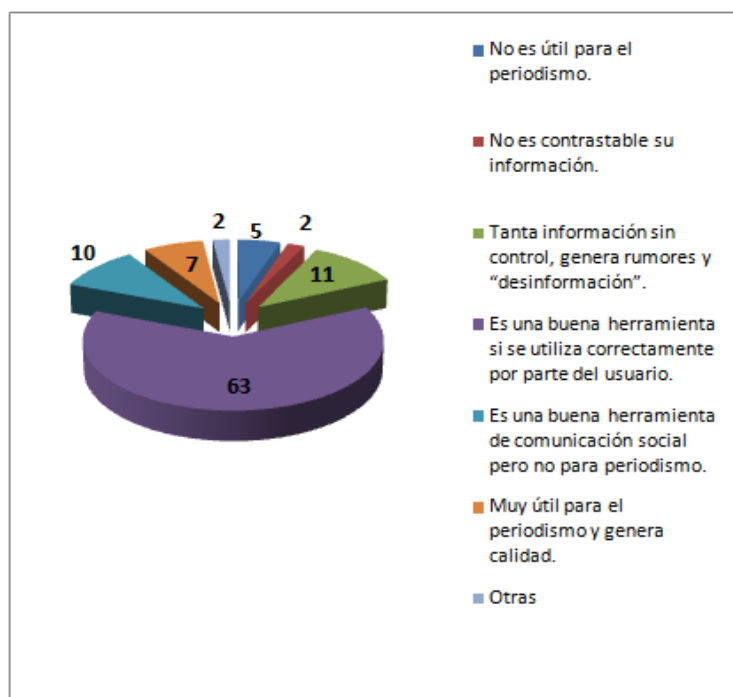


Gráfico 65. Opiniones sobre el uso de redes sociales en el periodismo (Córdoba) Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en el resto del panorama nacional, aumenta un 7% de los productores que creen que es una buena herramienta si se utiliza correctamente a la par que también se incrementa en un punto , al 12%, la preocupación de que tanta información sin realizar un filtrado puede crear desde informaciones erróneas y rumores.

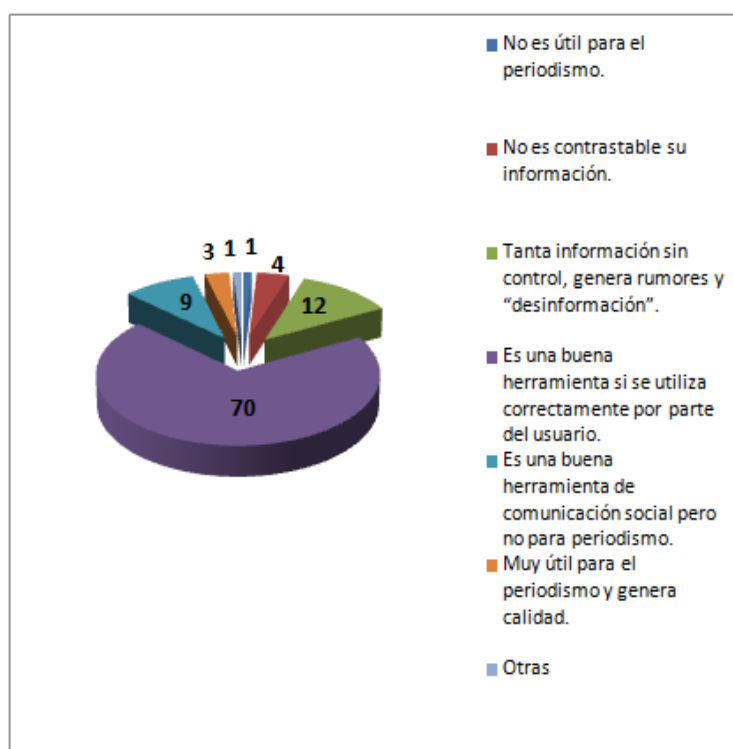


Gráfico 66. Opiniones sobre el uso de redes sociales en el periodismo (nacional). Fuente: Elaboración propia

Como resultados de las redes más utilizadas como fuentes de información tenemos en ambos ámbitos, tanto local como nacional, que han sido *Twitter*¹⁶¹, *Facebook*¹⁶² y *LinkedIn*¹⁶³. La primera, *Twitter*, es usada por un 74% de productores cordobeses como principal red social de fuente de información, mientras que la siguiente es *LinkedIn* con un porcentaje de 18%.

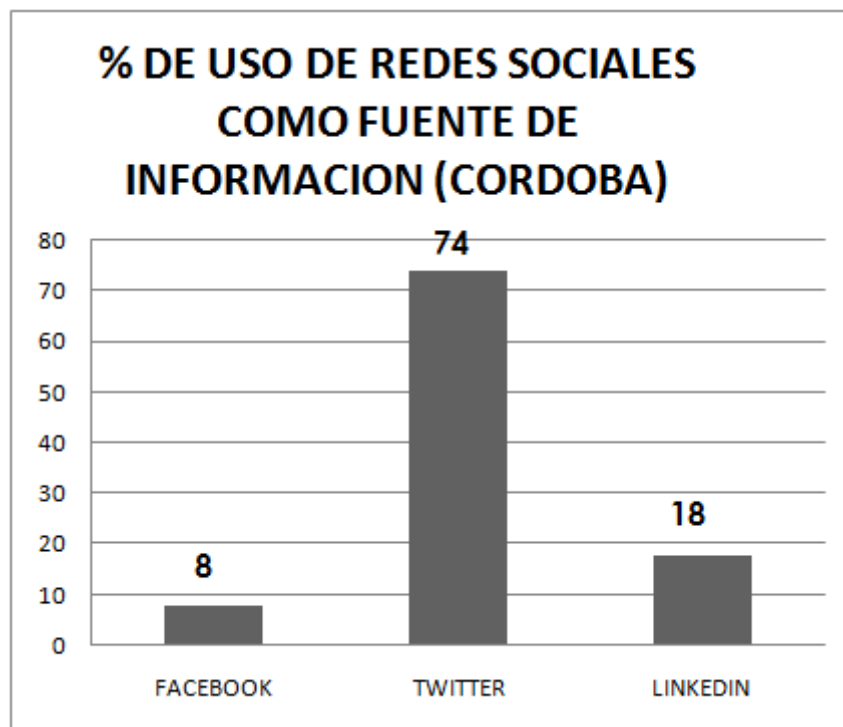


Gráfico 67. Uso de redes sociales (Córdoba). Fuente: Elaboración propia

En comparación con el resto del país, los usuarios cordobeses usan más *Twitter*, con una diferencia de un 6%, situando el nivel de uso nacional de esta red en un 68%. Viendo estos niveles altos de uso, podemos entender que *Twitter* es la red más afín para la recepción de informaciones periodísticas desde sus fuentes bajo la opinión de los profesionales encuestados.

¹⁶¹ <https://twitter.com/>

¹⁶² <https://www.facebook.com/>

¹⁶³ <https://es.linkedin.com/>



Gráfico 68. Uso de redes sociales (nacional). Fuente: Elaboración propia

Tanto con los datos recogidos de los comentarios sobre el uso de redes, como el nivel de uso de las mismas, voy a centrarme en la accesibilidad y usabilidad de *Twitter* para el uso como herramienta de recepción de información de las fuentes.

Twitter es una aplicación alojada en una web que permite a sus usuarios registrados escribir textos con una limitación de 140 caracteres que pueden ser leídos por otros usuarios registrados con acceso a la página. Así, por ejemplo, podemos leer los textos de la UCO en <https://Twitter.com/Univcordoba>

El usuario tiene el poder de decisión para poder leer en su página principal o timeline los textos de otro usuario o grupo de los mismos, teniendo siempre disponible lo que otros han escrito recientemente. Por ello tiene la posibilidad de suscribirse o “seguir” a los textos de los usuarios sin necesidad de meterse dentro del perfil de que se sigue.

Por tanto, cada usuario tiene una lista de “seguidos” y de “seguidores”. Con una correcta elección de personas a seguir, podemos construir un timeline de textos de usuarios a los que seguimos que puede sernos útil. Es esta habilidad donde el productor puede aplicar un buen filtro de selección para las fuentes que siguen.

Un error común que cometen los usuarios es pensar que importa más la cantidad de seguidores y seguidos que tiene que la calidad de los mensajes que recibe o, incluso, escribe.

Está claro que una buena elección de fuentes a seguir es fundamental para estar bien informados. Si se aplica una mala elección de seguir a cientos de desconocidos o fuentes erróneas llegará un momento en que nuestro timeline se llenará de textos sin ninguna relevancia informativa, siendo muy difícil filtrar lo verdaderamente importante. Si un productor decide seguir a 1000 personas tiene la probabilidad de recibir un mensaje o “*tuit*” cada 5 segundos con lo que rompe un buen seguimiento de lectura y síntesis de lo leído.

En cuanto a la privacidad de las cuentas, en primer lugar es obligatorio realizar un proceso de registro para poder entrar en la comunidad *Twitter*. Una vez cumplimentado este proceso se nos ofrece la posibilidad de que la cuenta sea pública o privada, si la intención es usar el sistema para comunicarse entre un grupo privado de personas, sin tener interés en recibir lectores desconocidos, la opción privada es la más correcta. Suelen ser las más utilizadas en grupos de comunicación interna en empresas o familias que quieran compartir textos, fotos y vídeos que no sean de interés público. A diferencia de la cuenta pública cualquier persona que abra una cuenta privada en *Twitter* tendrá que aceptar manualmente las solicitudes individuales de quienes quieren formar parte de su comunidad.

Con una cuenta privada tenemos otras opciones al envío en masa entre comunidades en un ámbito profesional como personal. Como ejemplo, tenemos la situación que cuando encontramos una información de interés en Internet, acostumbramos a enviarla por correo electrónico a nuestros contactos, sin tener en cuenta si a los destinatarios les interesa o no. Por ello, tenemos la posibilidad de poder escribir dentro del *tuit* un titular y añadir un link para poder desarrollar la información del titular. Con ello, si el destinatario tiene interés en esa información puede hacer click en ese link y proseguir con la lectura.

Una propuesta afín en los profesionales estudiados para poder catalogar estos orígenes de la información recibida son:

<u>Catálogos</u>	<u>Descripción</u>	<u>Ejemplo</u>
Agencias de Información.	Es la información que proviene de empresas u asociación de medios que ofrece información como fuente.	Forta, Reuters, EFE, etc.
Medios de Comunicación.	La difusión del resultado de producción de un medio puede resultar útil a otro medio como fuente de información.	RTVA, RTVE, Telecinco, Antena 3, etc
Información ciudadana.	Es la información proporcionada por ciudadanos a los productores. Puede tener una dudosa veracidad.	Cualquier individuo que no tenga una vinculación profesional con el mundo de la comunicación.

		Periodismo ciudadano ¹⁶⁴ o Periodismo 3.0
Profesionales del sector.	Cada vez más, profesionales de la información o empresas publican sus productos informativos al margen del vínculo que tengan con su empresa de comunicación.	Melchor Miralles, Enrique Meneses, Juan Varela, Ignacio Escolar...

Tabla 24. Catálogo según los orígenes de la información recibida en redes sociales
Fuente: Elaboración propia

Pero esta red social nos trae problemas de usabilidad y accesibilidad como son:

-No existe una catalogación visual de las fuentes

Si miramos el timeline, no existe ninguna opción que pueda resaltar de alguna manera a nivel visual la procedencia de esa información partiendo de las propuestas de clasificación facilitadas por los encuestados.

Si se ofreciese una clasificación oficial a nivel visual de cada *tuit*, se tendría que realizar en los registros de cada cuenta además de un tipo de confirmación de alguna institución. Si un periodista quiere darse de alta con una cuenta de *Twitter* de periodistas, se podría hacer una solicitud a su respectivo colegio profesional y que este valide sus credenciales frente a *Twitter* además del registro de usuario normal.

Seamos realistas, puede que sea una solución pero, a día de hoy, es de dudosa implementación debida a la crisis. Los colegios y demás instituciones profesionales están más centrados en sobrevivir y en la situación laboral de sus asociados.

Por lo que una aplicación sobre la clasificación de *tuits* sería a nivel privado, utilizando otro software que incluya los apis que esta empresa distribuye gratuitamente. Quién sabe, lo mismo puede que en un futuro nos encontremos con una actualización de *Twitter* orientado a perfiles de usuario.

-Falta de contraste de información y Rumores.

La falta de contraste y rumores son efectos secundarios de una mala gestión de la información, al margen de una falta grave del apartado 13a de código deontológico perteneciente los principios de actuación de un periodista¹⁶⁵.

¹⁶⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_ciudadano

¹⁶⁵ <http://www.fape.es/codigo-deontologico.htm>

“Deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el deber que contrastar las fuentes....”

La falta de contraste puede llevar a generar un rumor pero no es igual. Mientras que con la falta de contraste se puede llevar a una información parcialmente errónea, el rumor es una información sin contraste y, en la mayoría de ocasiones, cargadas de intencionalidad o morbo.

Veamos varios ejemplos. El primer ejemplo fue publicado en la cuenta de *Twitter* de Terra @TerraNoticiasES que informa del un supuesto avión secuestrado con destino Ámsterdam y origen Málaga.



Gráfico 69. Tuit de Terra Noticias. Fuente: Twitter

Poco después, rectificaron la información. El avión de una compañía lowcost perdió la comunicación con la torre de control holandesa, y el gobierno de forma cautelar envió dos cazas. Están investigando si fue una avería puntual del dispositivo o que los pilotos no estaban en la frecuencia correcta.

Aunque fue un gran error informativo, el medio de comunicación realizó la opción más ética que es la rectificación de la información. Si no hubiese sido así, y se siguiese difundiendo de forma errónea tendríamos que se generarían distintos rumores al respecto de esto.

Vamos a ver otro ejemplo en el gráfico 70, desde la cuenta de un usuario que no se identifica como profesional de la información pero ofrece sus datos sobre el caso de los niños perdidos de Córdoba a algunas cuentas de programas de televisión y periodistas.



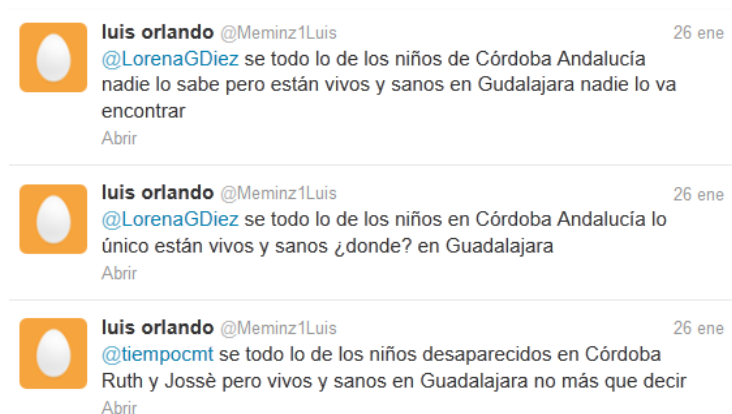


Gráfico 70. Ejemplo de rumor en Twitter. Fuente: Twitter.

El nivel de contraste que nos ofrece este usuario es bastante dudoso, pero ofrece la posibilidad de que un usuario lo reenvíe a sus contactos y contribuya a generar un rumor con todas sus consecuencias asociadas.

Otro ejemplo más viene de la cuenta del periodista Pablo Masiá en el gráfico 71, donde denuncia un rumor sobre la defunción de Iñaki Urdangarín además de señalarnos que los rumores son los peligros de las redes sociales.



Gráfico 71. Ejemplo de tuit de denuncia sobre los rumores.

La página web Noticias de Navarra escribió un artículo¹⁶⁶ en que el suegro de Urdangarín, el Rey Juan Carlos I, termina siendo *Trending topic* en *Twitter*, también por una falsa defunción.

Y para finalizar este apartado, es recomendable el artículo escrito por Tomás Delclós en el diario El País titulado *Bulo en Twitter*¹⁶⁷ que nos muestra la evolución de un bulo sobre unas supuestas revoluciones en Portugal por un usuario sin escrúpulos.

-Acceso a varias redes para recibir la información (Facebook, *Twitter*, etc....)

El multiacceso a distintas redes sociales para recibir información de sus fuentes, por parte del productor de contenidos, es un hecho que se está dando con más asiduidad además de generar nuevos usuarios. Este multiacceso presenta todas las ventajas que generan las

¹⁶⁶ <http://www.noticiasdenavarra.com/2012/11/20/ocio-y-cultura/internet/la-muerte-del-rey-en-twitter-trending-topic-en-espana>

¹⁶⁷ <http://blogs.elpais.com/defensor-del-lector/2012/04/bulo-en-twitter.html>

redes sociales, pero la desventaja que genera problemas de accesibilidad y usabilidad. Aunque existen aplicaciones como Hootsuite¹⁶⁸ en la que te da la posibilidad de poder acceder a una gran lista de redes sociales, desde una sola aplicación; no se termina de optimizar los parámetros que estamos estudiando, ya que aunque se tiene acceso a varias redes, se le trata a cada una de ellas de una forma independiente con su respectivo timeline. Por lo que, si se quiere ver que información tenemos en *Twitter*, debemos invertir tiempo en explorar hasta la ventana de dicha cuenta dentro de la aplicación.

Aun así es patente la falta de optimización el grado de usabilidad y accesibilidad en cuanto a la recepción de la información de las fuentes a través de redes sociales.

-Informadores

Por último, tenemos a los informadores, que suelen ser también profesionales de comunicación tanto de la misma como de otra empresa. En la mayoría de los casos, se establecen relaciones de colaboración en los que se comparten datos y novedades para la producción. Esta comunicación se hace por correo electrónico, sms o llamada telefónica.

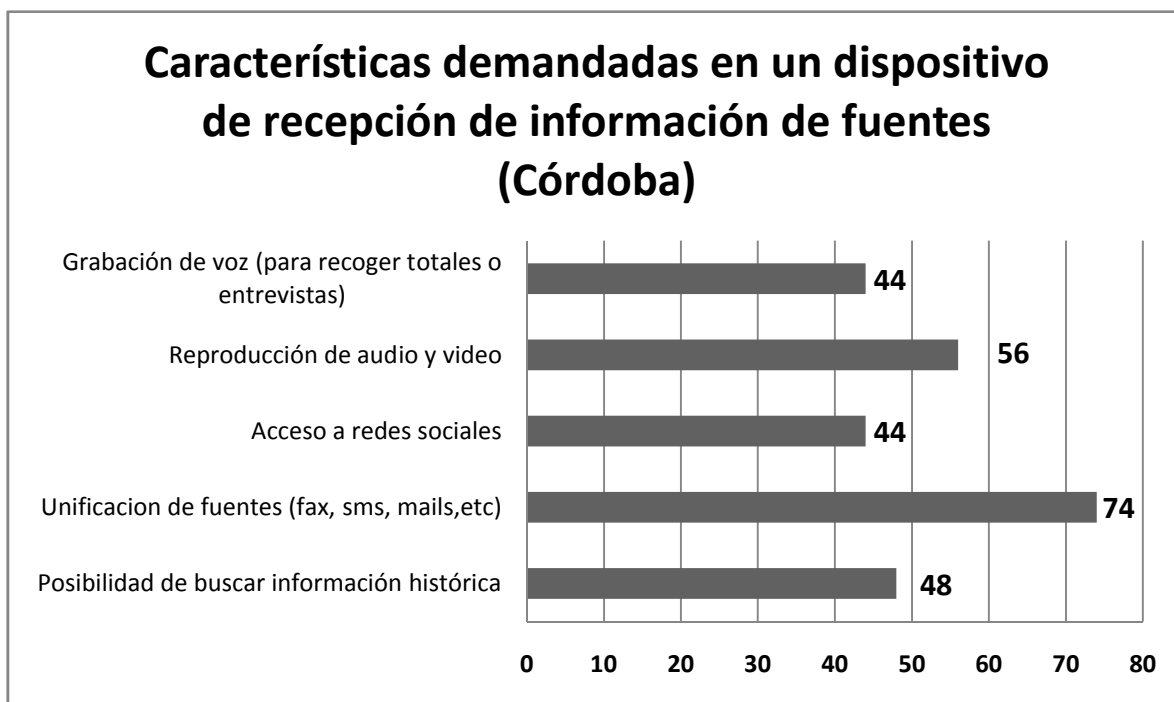
6.5.1.3 Requisitos ideales de diseño de una herramienta de recepción de centrado en el productor de contenidos periodísticos digitales (DCU).

Para una correcta aplicación de las normativas para conseguir un grado correcto de usabilidad y accesibilidad para un futuro diseño necesitamos dejar establecidos los requisitos de usuario.

Las encuestas realizadas sobre las necesidades de un diseño de modelo de recepción de fuentes dieron como fruto un listado de ciertas características¹⁶⁹ en el ámbito local y las cinco más votadas se pueden ver en la siguiente gráfica, y en la que destaca con un 74% la opción de la unificación de fuentes. El productor cordobés demanda ante todo un interface en el cual se puedan visualizar todas sus fuentes de información.

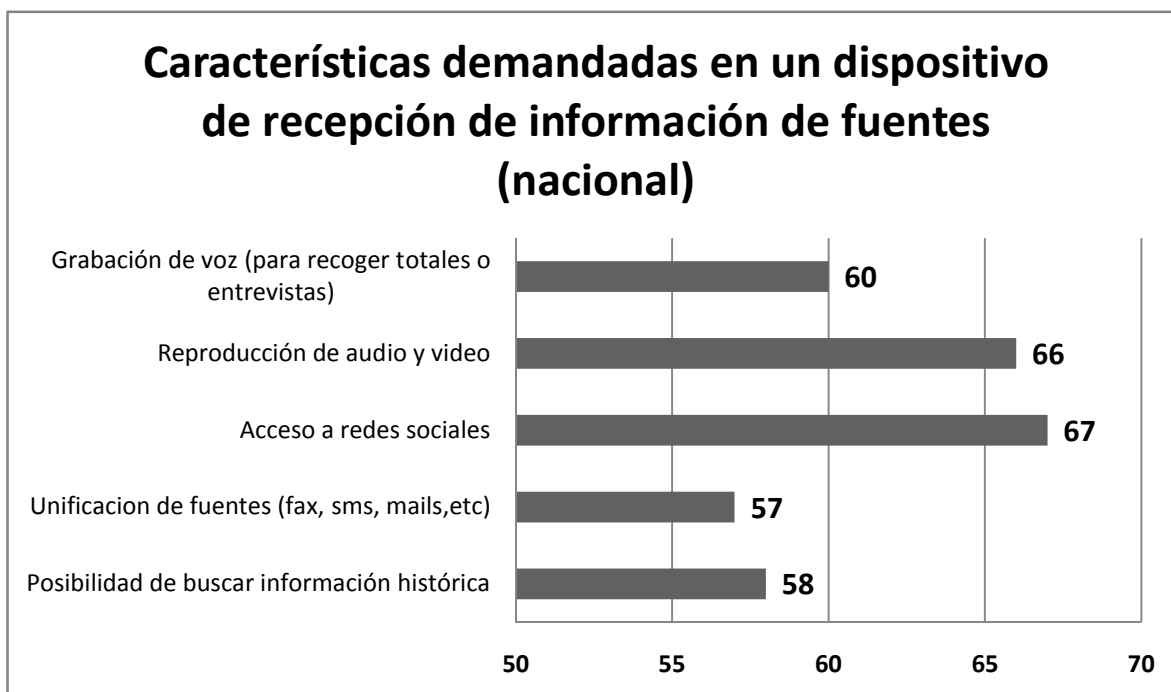
¹⁶⁸ <http://hootsuite.com>

¹⁶⁹ Ver Anexo 6.1



Gráfica 72 Cinco características más demandadas en un dispositivo de recepción de información de fuentes (Córdoba). Fuente: Elaboración propia

En el caso de un ámbito nacional también hemos obtenido un listado de necesidades¹⁷⁰ de las cuales las cinco más demandas son las que aparecen en la gráfica. Destaca la posibilidad de que tenga acceso a redes sociales con un 67%, esto es debido a, como ya he comentado, que las redes sociales son una herramienta en aumento de uso para recepción de fuentes de información.



Gráfica 73 Cinco características más demandadas en un dispositivo de recepción de información de fuentes (nacional). Fuente: Elaboración propia

¹⁷⁰ Ver Anexo 6.2

Después del trabajo de campo y de las entrevistas personales, y teniendo en cuenta algunos datos estadísticos sobre limitaciones de accesibilidad, se aumentó el número de características comunes a ambos. Se han tenido en cuenta varios factores que en el momento de la encuesta el usuario no valoró.

Por ello, he considerado valorar todas las características requeridas al final de las metodologías en los dos ámbitos geográficos y unificarlo en un solo listado que expongo a continuación.

CARACTERISTICAS BASICAS DE UN INTERFACE DE RECEPCIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN
Sistema operativo Linux
Pantalla táctil
Tecnología 3G
Grabación y reproducción de audio/video
Pantalla de 7" a 10"
Videoconferencia
Cámara
Posibilidad de buscar información histórica
Acceso a redes sociales
<i>Wireless</i>
Bluetooth
Con descargas de <i>app</i> gratuitas
Que se pueda leer bien
Con menús intuitivos y ágiles.
Con traductor de textos
Accesible para la mayoría de diversidades
Favoritos o sitio personal para guardar información
Portátil
Batería de larga duración
GPS

Tabla 25. Características básicas de un dispositivo de recepción de fuentes de información Fuente: Elaboración propia

Ya hemos argumentado que el sistema operativo que mejores calificaciones en cuanto a usabilidad y accesibilidad ha sido Linux. En las primeras encuestas otros sistemas operativos han sido más votados, pero en las siguientes metodologías, la mayoría de los usuarios han admitido que no marcaron la opción de ese sistema operativo porque nunca lo han usado, por lo que no tienen una mínima autonomía sobre él. En algunos casos, les enseñé una distribución de *Knoppix bootable*¹⁷¹ y admitieron que no les resulta un entorno intimidador.

¹⁷¹ <http://www.knoppix.org/>

A nivel de hardware, debe ser un dispositivo portátil, con la característica emparejada de que debe de ser ligero. Con esto, tendremos un dispositivo móvil, con la posibilidad de que el profesional lo pueda llevar siempre consigo, y evitar tener que regresar a la empresa de comunicación para consultar la recepción de fuentes de información de dispositivos que son inamovibles.

La pantalla táctil es otra de las características demandadas por el usuario ya que no es muy cómodo hacer desplazamientos cargando, además del dispositivo, con un teclado y ratón. Con la escritura a través de la pantalla, nos podemos olvidar de los periféricos, siempre y cuando el software y sistema operativo, cumpla las normativas de usabilidad. Es ilógico, tener una pantalla táctil si a la hora de pulsar un botón pulsamos el deseado y el de al lado, porque no cumple las medidas mínimas tanto de morfología como de separación entre botones. La portabilidad no debe de estar enfrentada con la usabilidad.

En cuanto a tamaño, aunque la opción que requieren es la de 7" a 10", hay otros proyectos¹⁷² de usabilidad que nos indican que el tamaño ideal es el de aproximadamente 10".

La autonomía o duración de la batería es muy importante de cara a la portabilidad, a mayor duración de la batería otorgará al usuario la posibilidad de permanecer fuera de su puesto de trabajo en la empresa de comunicación largos periodos de tiempo. Las baterías actuales de Litio están trabajando con capacidades entorno a los 5.000 mAh, aunque las hay de 8.000 mAh. Al margen de la capacidad de la batería es importante saber el consumo del dispositivo, ya que por mucha capacidad que tenga la batería si el consumo es elevado, se agotará antes. El dispositivo debería tener un bajo consumo y una buena capacidad de batería.

La conectividad es un valor a tener en cuenta para la integración de periféricos que mejoran los niveles de accesibilidad y usabilidad, o simplemente el mismo dispositivo de conectividad la mejora. El GPS, el wireless, bluetooth y la tecnología 3G son hardware integrados en el dispositivo. Tanto el 3G, bluetooth como el wireless son medios de aprovisionamiento de conexión a la Internet por lo que confiere al productor la posibilidad de acceso remoto a sus fuentes, es decir, le da movilidad a sus herramientas de trabajo. Además, los sistemas de wireless y el bluetooth ofrecen la posibilidad de conexión de periféricos al dispositivo sin la necesidad de cables, esto es una opción a tener en cuenta en el caso en que el usuario tenga alguna limitación física de accesibilidad y necesite conectar un periférico adaptativo. Por último el GPS, no sólo brinda funciones de navegador sino también de ubicación y geolocalización, muy útil para etiquetar geográficamente determinadas informaciones.

En el anterior bloque expuse que actualmente el PCPD está ligado a la multimedia en sus informaciones por lo que la reproducción y grabación de audio/video es una necesidad más que se requiere, tanto por la exposición de la actualidad como por los mismos usuarios a través de los resultados de las metodologías. Para esta gestión audiovisual, es necesario que el dispositivo tenga altavoces o salida de audio y todos los codecs que el hardware y compatibilidad permita.

¹⁷² <http://eduangi.com/2010/02/05/ifreetablet-el-ipad-espanol-y-libre/>

La cámara sirve tanto como para hacer instantáneas como para grabar video, y con las aplicaciones adecuadas sirve para realizar videoconferencias o para interactuar con el dispositivo.

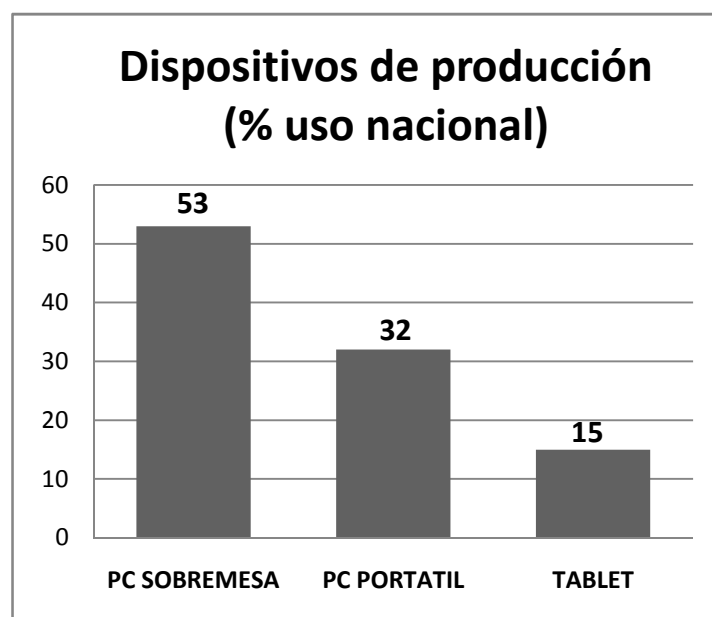
En cuanto a nivel de software, se requiere que se pueda unificar todas las fuentes de información de las que normalmente dispone el productor. Lo que incluye el *multiacceso* a redes sociales.

En cuanto a niveles de usabilidad, se demanda que los textos se puedan leer bien, que tenga posibilidad de modificar el tipo y el tamaño de las letras, que los menús sean ágiles e intuitivos, que los botones tengan su correcto tamaño y separación entre ambos y que algunas herramientas se queden fijas al navegar por el software y mejorar la experiencia al usuario.

Y por último, en cuanto a funciones en el software, se piden dos cosas al margen de la unificación en la recepción de fuentes de información y son la posibilidad de poder buscar datos antiguos de los facilitados por nuestras fuentes y además tener un apartado donde poder ir almacenando los datos que queramos hacer un especial seguimiento, para en un futuro realizar una producción informativa.

6.5.2 Sistemas de producción de la información

6.5.2.1 Hardware de sistemas de producción de la información.



Gráfica 74. Porcentaje de uso de dispositivos de producción (nacional) Fuente: Elaboración propia

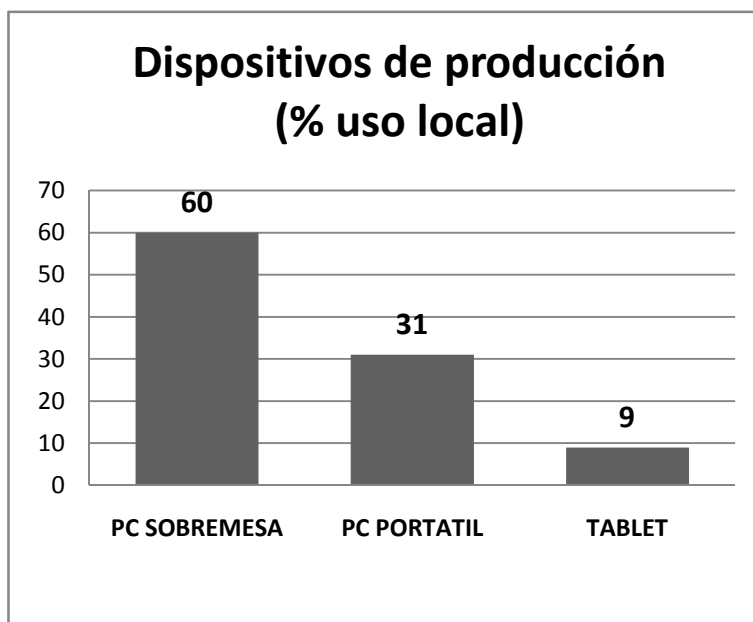
Los dispositivos más utilizados para poder llevar a cabo la producción de la información que va a recibir el consumidor son, el pc de sobremesa, pc portátil y la tableta.

Como podemos ver en el gráfico más de la mitad de los encuestados a nivel nacional (53%) realizan la elaboración de los textos informativos en un pc de sobremesa, cuya localización en es

la misma empresa de comunicación. La utilización de pc de sobremesa es más barata en cuando a la inversión de material por parte de la empresa pero confiere al productor un condicionamiento de estancamiento a la hora de desarrollar su labor de producción. Esto es debido a que el usuario siempre tiene que volver a su puesto de trabajo para poder redactar su información.

Pero por otra parte, vemos que, que el concepto movilidad va ganando terreno en los dispositivos, disminuyendo los porcentajes de uso de pc de sobremesa, siendo un 47% de uso de herramientas portables.

En el caso local, existe un uso más elevado de pc de sobremesa, mientras que el uso de herramientas de producción móviles está varios puntos por debajo, situándose en un porcentaje total de 40%. Puede ser achacable a que la posible visión de la empresa de comunicación, en el caso local, sea la de no ver necesaria una inversión económica en equipamiento móvil debido a que en ámbito geográfico las distancias son menores y, por tanto, menos tiempo en el desplazamiento.



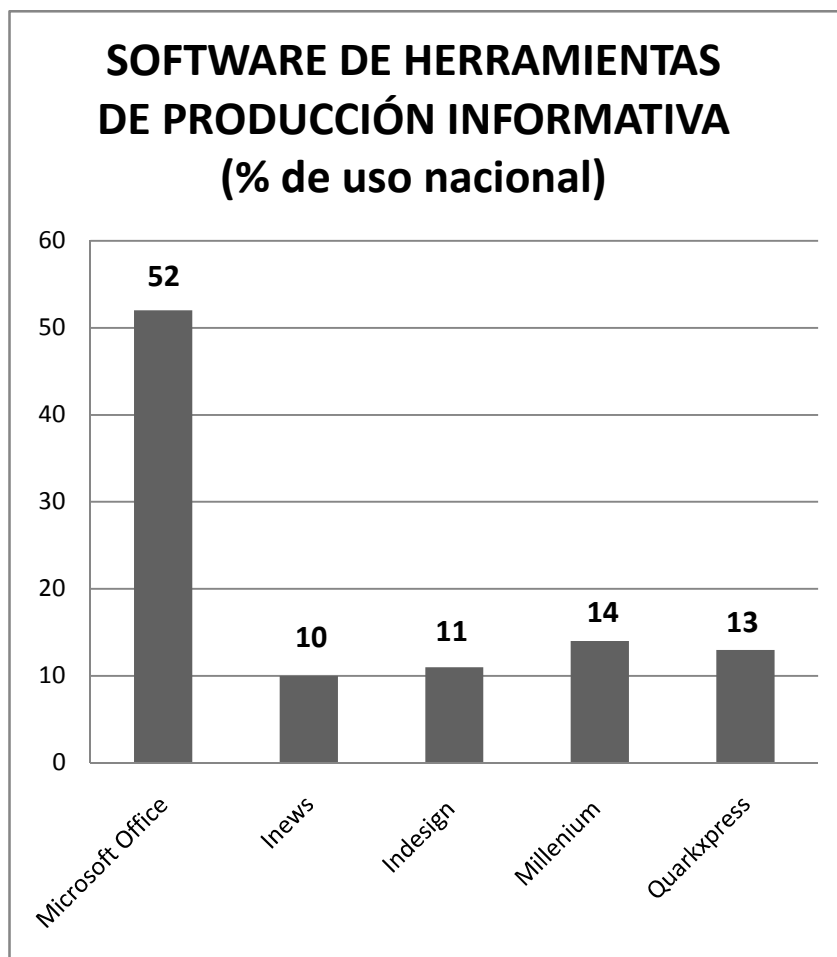
Gráfica 75. Porcentaje de uso de dispositivos de producción (Córdoba) Fuente: Elaboración propia

6.5.2.2 Software de sistemas de producción de la información.

El software que se utiliza en los sistemas de producción de la información es otra pieza clave para el estudio del grado de la usabilidad y accesibilidad, ya que es la herramienta más importante para que el productor desarrolle su trabajo. Gracias a ellas, el profesional a similitud de un gran chef, puede cocinar su información con una cierta calidad de herramientas y de materia prima (fuentes de información). Cuanto mayor grado de usabilidad y accesibilidad obtendremos un plato informativo rápido y de calidad. Otra de las ventajas que es tener una óptima herramienta

de producción es la que el profesional puede conferir a su producto su propio estilo de redacción periodística, lo que se conoce como su “firma”.

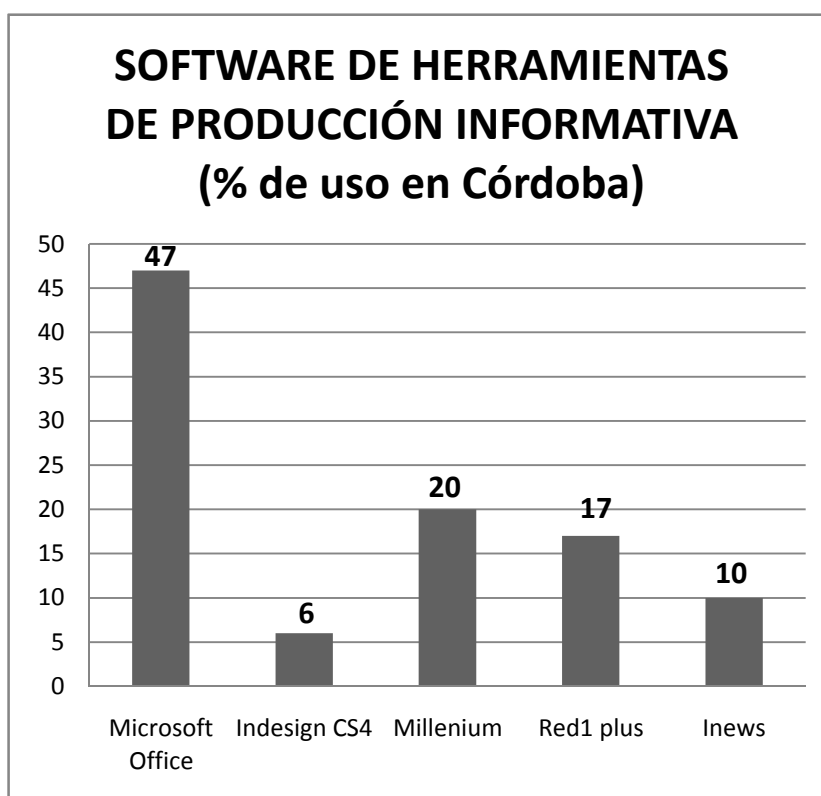
Si las herramientas no presentan un grado óptimo de los factores que estamos estudiando no sólo tendremos pérdidas de tiempo en la redacción, sino que eso conllevaría al empeoramiento de calidad de los resultados de la producción informativa.



Gráfica 76. Porcentaje de uso de software de producción (nacional) Fuente: Elaboración propia

En las encuestas realizadas, tanto a nivel nacional como a nivel local, tal y como se pueden ver en las gráficas 76 y 77, el software más utilizado es el Microsoft Word¹⁷³, un procesador de texto de la compañía Microsoft. No es un software diseñado exclusivamente para la producción de información, sino que tiene un carácter más generalista. Los resultados en ambos casos, muestran que su uso se acerca a la mitad del porcentaje de todos los dispositivos.

¹⁷³ <http://office.microsoft.com/es-es/word/>



*Gráfica 77. Porcentaje de uso de software de producción
(Córdoba) Fuente: Elaboración propia*

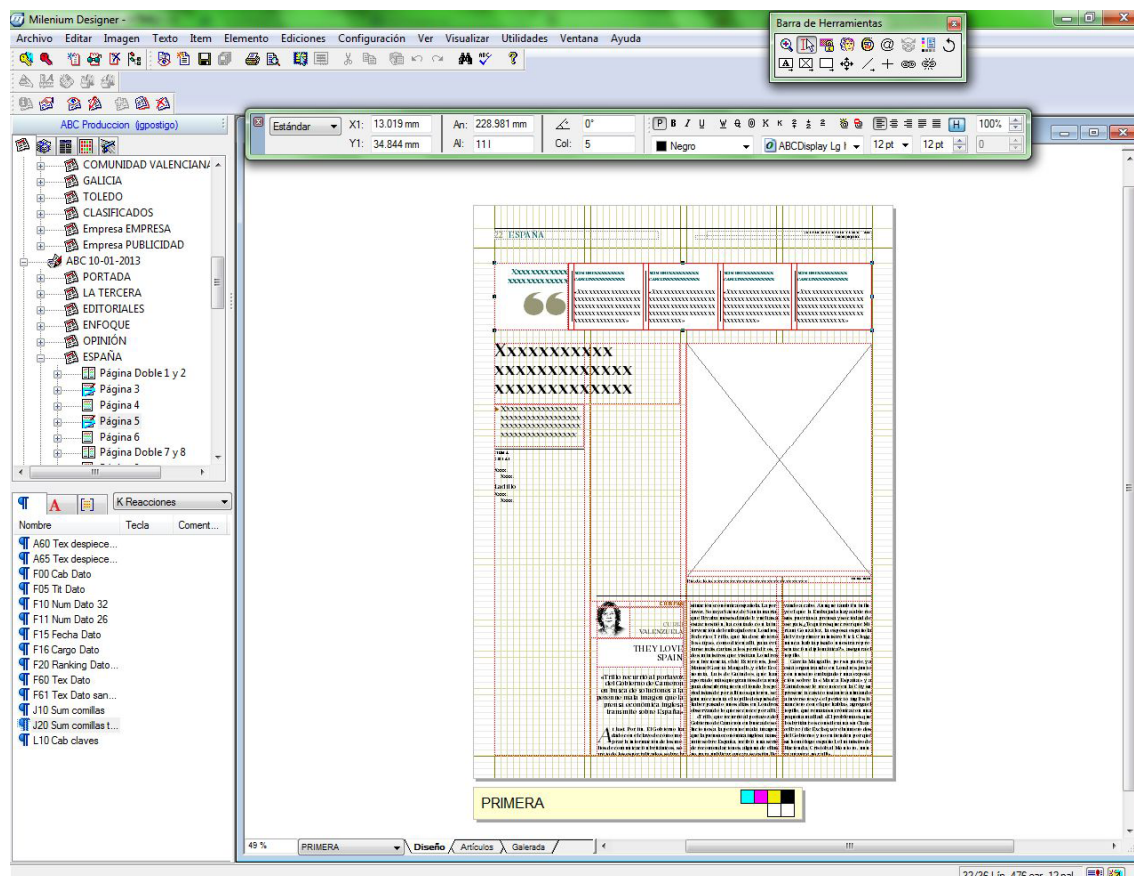
Su uso, sólo se limita a la única función que tiene de procesador de textos por lo que en cuanto a flujo de la producción de la información se queda muy restringido. En la observación participante, he podido constatar que se utiliza para redactar el texto de la información para posteriormente copiarlo a un mail u otro software para crear la difusión.

Todo esto desemboca a un paupérrimo grado de accesibilidad y usabilidad, causado en gran medida por su estanqueidad funcional y no comunicación directa con los sistemas de producción o de fuentes de información. Aunque sea el software más utilizado no tiene porque ser el mejor para el productor de contenidos periodísticos digitales.

Los demás software que se han revisado en este estudio son más especializados y presentan funciones más especializadas orientadas a la elaboración de productos informativos.

En el segundo puesto de los más usados tenemos a Millenium, software que pertenece a la empresa Protecmedia¹⁷⁴. Dedicada a creación e integración de software para medio de comunicación de prensa escrita. En el caso nacional, tenemos que un 14% de los encuestados en activos lo utilizan en su puesto de trabajo, mientras que en un ámbito local aumenta en hasta un 20%.

¹⁷⁴ <http://www.protecmedia.com/>



Gráfica 78. Vista general del software Millenium de Protecmedia. Fuente: ABC

Esto último es debido a que un cliente de Protecmedia es el grupo Joly, propietarios de uno de los periódicos de más audiencia local, tanto digital como en papel, El día de Córdoba.

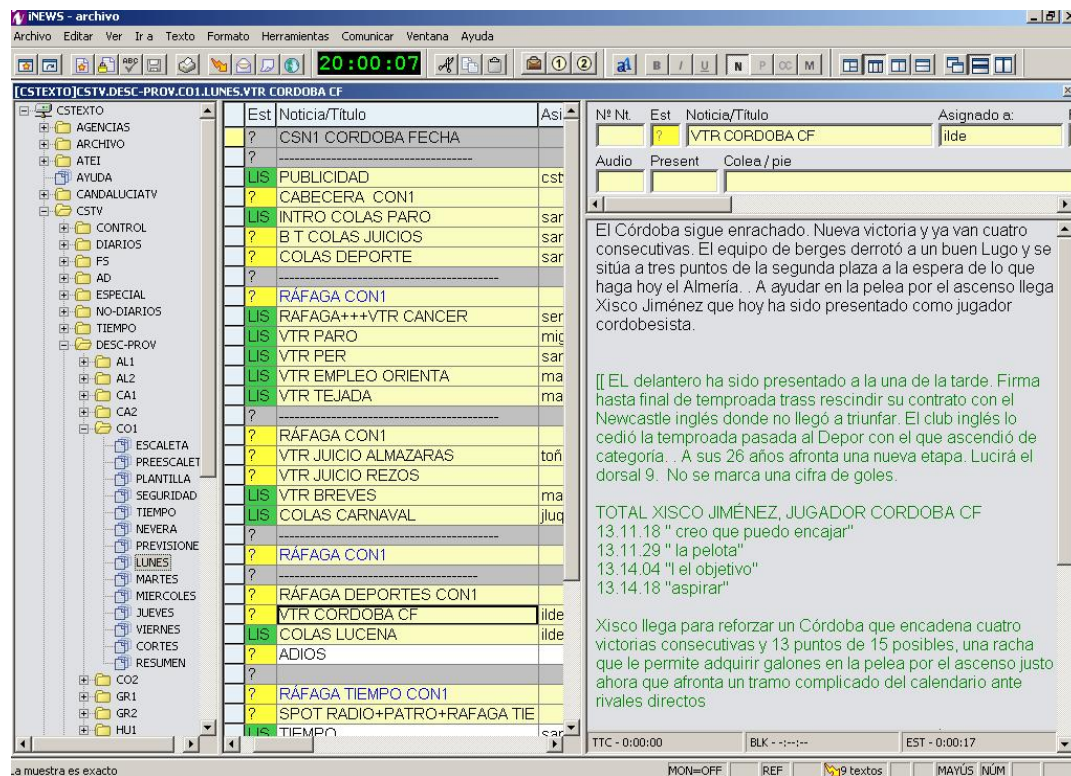
Millenium proporciona herramientas para la redacción y maquetación de los textos. Como puede verse en la imagen, en la parte de la izquierda existe un árbol de directorios en la que cuelgan todas las secciones de la edición del maquetado del periódico. Es una herramienta de uso compartido a nivel de intranet. Posee herramientas características de un procesador de textos para edición de lo redactado además para la inserción de videos e imágenes.

Otro software que he revisado en mi trabajo de campo es el Avid Inews como herramienta de producción. Aunque el Avid Inews tiene funciones para la recepción de fuente de información (teletipos), también es una herramienta enfocada a la producción de contenidos periodísticos pero en este caso, su implantación se da en empresas audiovisuales. Actualmente, es el software más utilizado en la empresa audiovisual pública y en las grandes empresas privadas. La empresa por excelencia que más ha integrado este y otros software de esta marca en España es Promovisa¹⁷⁵. Ha instalado, formado y realizado soporte de esta marca tanto a RTVE como muchas de las

¹⁷⁵ www.promovisa.es

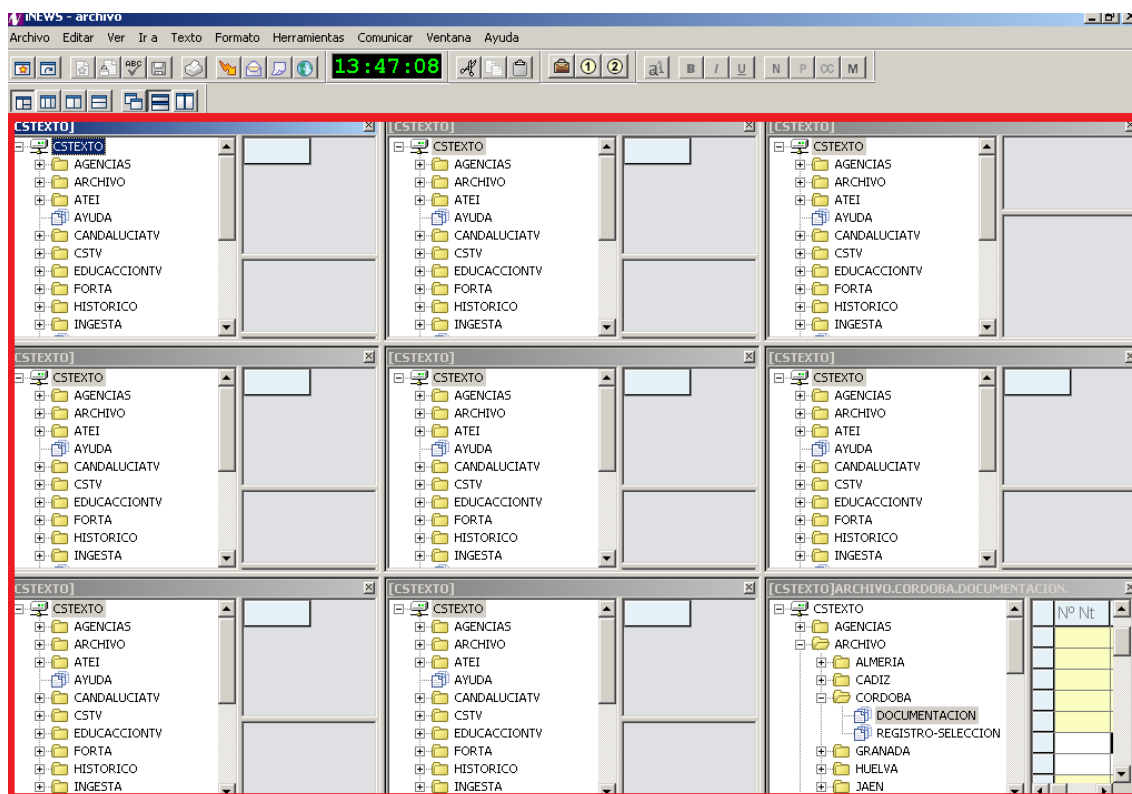
televisiones autonómicas (RTVCM, RTVA, RTVV, RTVAA, etc.) así como empresas privadas como es Sogecable, Telson, Telecinco, etc.

A diferencia de software anterior lo que llama la atención de Inews a primera vista es que no tiene un atractivo con el Millenium en cuanto al diseño de botones y colorimetría en las pieles del background. Pero el atractivo no es trivial para valorar los puntos que estamos estudiando.



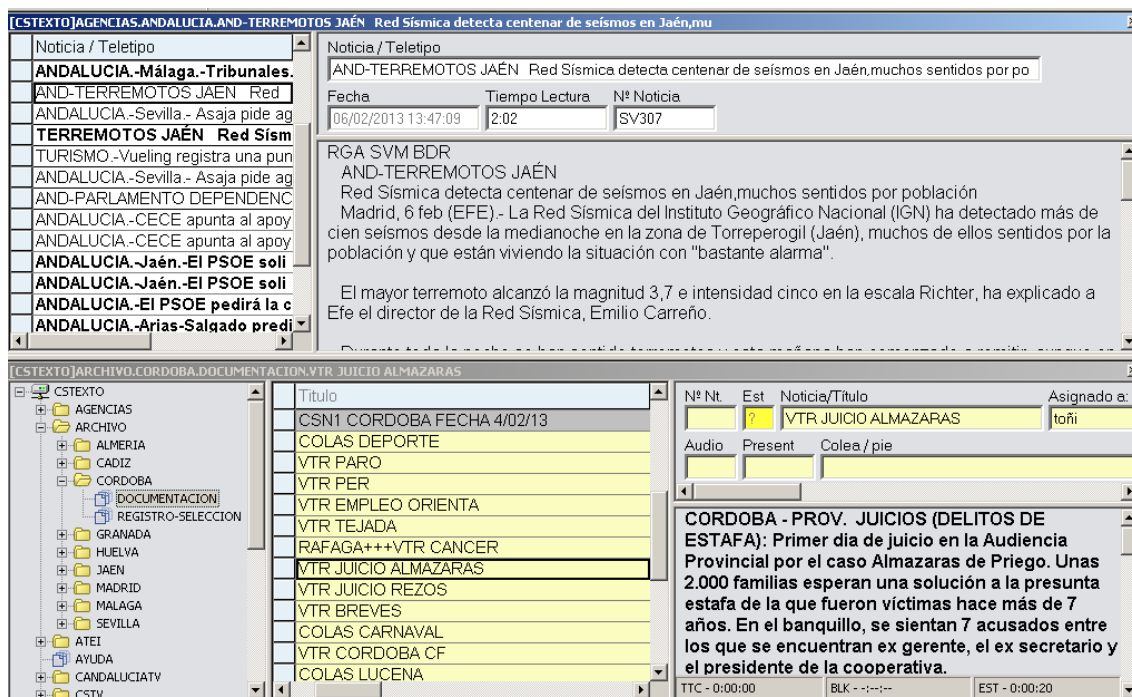
Gráfica 79. Vista general del software Avid Inews Fuente: CSTV

La estructura del Inews en dos partes esenciales: El escritorio donde, en la parte superior, están alojadas las herramientas que nosotros queremos visionar y en la parte inferior, un área donde se expondrán los espacios de trabajo, que constituye la segunda parte. Se puede abrir más de un campo de trabajo. Pero esta apertura esta condicionada por el área antes dicha, esta se divide entre el número de espacios de trabajo que deseemos abrir, a mayor número de espacios más pequeños serán y por tanto más engorrosos trabajar en ellos.



Gráfica 80. Área de escritorio de Avid Inews. Fuente: Elaboración propia

Normalmente, sólo es usado con un espacio o dos, en el caso que el productor utilice uno de ellos para escribir y el otro para consultar otros textos o teletipos.



Gráfica 81. Área de escritorio de Avid Inews con dos áreas de trabajo abiertas. Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la evaluación de los parámetros de estudio en estos software que he desarrollado durante las metodologías de investigación, he llegado a discernir algunos puntos débiles.

Partamos con los botones de herramientas o de navegación. No son configurables en tamaño y diseño. Tienen la problemática de poseer una área pequeña de pulsado que hace que su ejecución sea retrasada por la aproximación. He encontrado casos con 20x20 píxeles.

El tamaño de los botones tiene que ser suficientemente grande y alto como para que puedan ser pulsados sin problema. Algunos sistemas operativos tienen sus propias directrices en cuanto a la accesibilidad y usabilidad:

-En Apple¹⁷⁶, existe un documento que marca las directrices de Interfaz Humana del sistema operativo IOS como experiencia de usuario establece que el área destino ha de ser como mínimo de 44x44 puntos y que los botones no han de estar demasiado juntos para evitar problemas al pulsarlos.

-Microsoft¹⁷⁷ tiene una guía de Interacción y de diseño de Interfaz de Usuario para sistemas operativos Windows, que recomienda que el área destino no sea inferior a 34 x 34 píxeles proporcionando además, y al menos, 2 milímetros u 8 píxeles de espacio entre botones.

La persistencia de los menús a la hora de trabajar es buena y en algunos casos configurable en presentación. Se le permite al usuario que herramientas quiere que se encuentren visibles en la barra, y que aunque cambies de documento o espacio de trabajo, persista la misma vista y barra de herramientas. Es optimiza algo la usabilidad de las herramientas, ya que no se invierte tiempo en la búsqueda de la misma a través de menús desplegables.

Otra cosa a tener en cuenta es la utilización de accesos directos por combinado de teclas o también llamadas teclas rápidas, que evita al usuario que este tecleando tener que coger otro hardware (ratón o dispositivo adaptado) y pulsar el botón correspondiente (tecla Control + tecla P sería imprimir, tecla Control + tecla C sería copiar, tecla Control + tecla V sería pegar...)

En cuanto a la colorimetría, también nos encontramos algunos problemas de accesibilidad, ya que en todo el software se utilizan, al menos uno de los colores rojo, verde y azul, con lo que los

¹⁷⁶ <http://developer.apple.com/library/ios/documentation/userexperience/conceptual/mobilehig/MobileHIG.pdf> .
Pág 95.

¹⁷⁷ <http://go.microsoft.com/fwlink/?LinkID=183218>. Pág 38

productores con problemas de cromaticidad visual no podrán desarrollar su trabajo con normalidad. Tampoco, existe la opción de poder cambiar esos valores de color en algún parámetro de la configuración, mejorando así la experiencia al usuario.

No nos ofrecen ninguna configuración ante una diversidad visual de un grado más alto como es la ceguera. Las distintas marcas no facilitan ninguna herramienta externa para optimizar los grados de accesibilidad.

De hecho, en uno de software de producción en un medio de comunicación, se ha dado el caso de un usuario con esta diversidad y que de forma extrínseca, se tuvo que pedir al centro de investigación de la ONCE, el CIDAT¹⁷⁸, que se diseñase un script para integrarlo en dicho software de producción y así conseguir navegar por la información que nos muestra el programa de forma eficaz y sencilla.

Llegados a este punto, tenemos como resultados que no sólo no se acogen a la totalidad de las normativas ISO pertenecientes a usabilidad y accesibilidad que ya expuse en bloques anteriores, sino que tampoco se cumplen los protocolos establecidos por los sistemas operativos.

El diseño y comercialización de estos productos tiende a una segmentación según el medio de comunicación (tv y radio, prensa escrita, etc.). A consecuencia de esto, no existe un software de producción que se integre en cualquier medio de comunicación con un mismo interface.

Para finalizar y apoyar estos resultados, tenemos un artículo publicado por una periodista con diversidad visual¹⁷⁹ que expresa una crítica por la cómoda posición de las distintas empresas de fabricación de herramientas y que no tienen en cuenta las posibilidades de interacción del software con una persona con diversidad basándose en un diseño generalista.

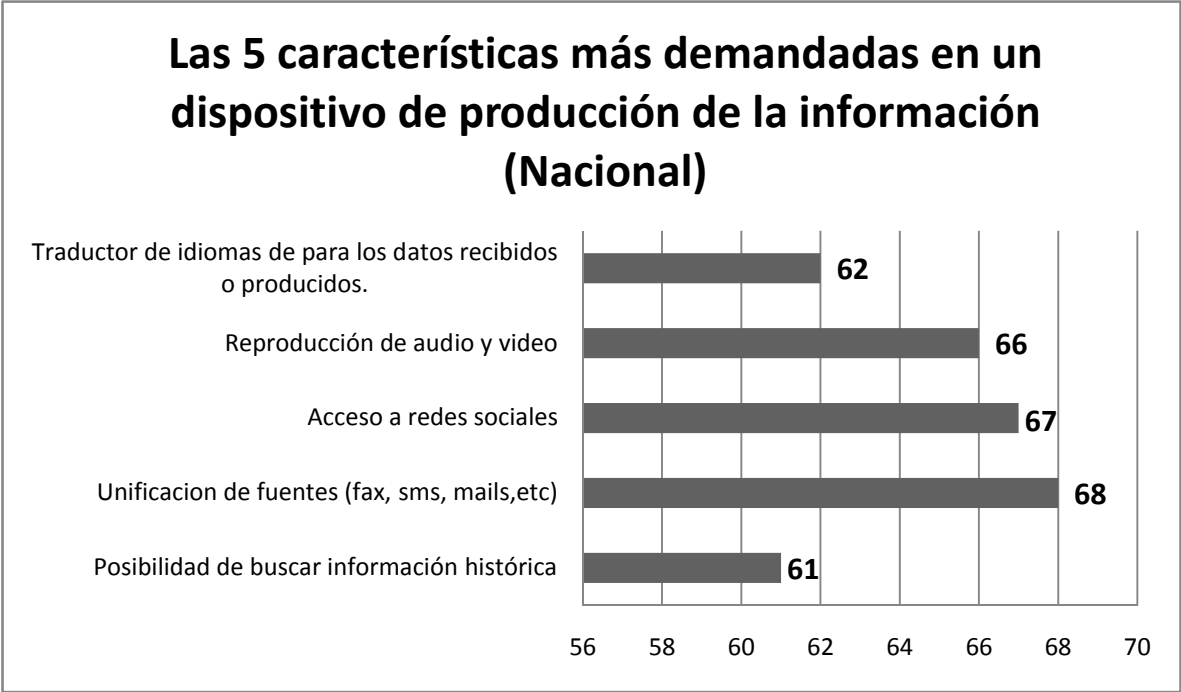
6.5.2.3 Requisitos ideales de diseño de una herramienta de producción centrado en el productor de contenidos periodísticos digitales (DCU).

Al igual que se ha hecho en el apartado 6.5.1.3, tenemos que la aplicación de las normativas para conseguir un grado correcto de usabilidad y accesibilidad para un futuro diseño centrado en el usuario, necesitamos dejar establecidos los requisitos de este.

¹⁷⁸ cidat.once.es

¹⁷⁹ Del Sanz Nuria. Periodistas ciegos del Siglo XXI. 2006

Las encuestas realizadas sobre las necesidades de un diseño de modelo de producción de la información dieron como fruto un listado de ciertas características¹⁸⁰ en el ámbito local y las cinco más votadas se pueden ver en la siguiente gráfica, y en la que destaca con un 68% la opción de la unificación de fuentes. El productor nacional demanda ante todo un interface en el cual se puedan visualizar todas sus fuentes de información.

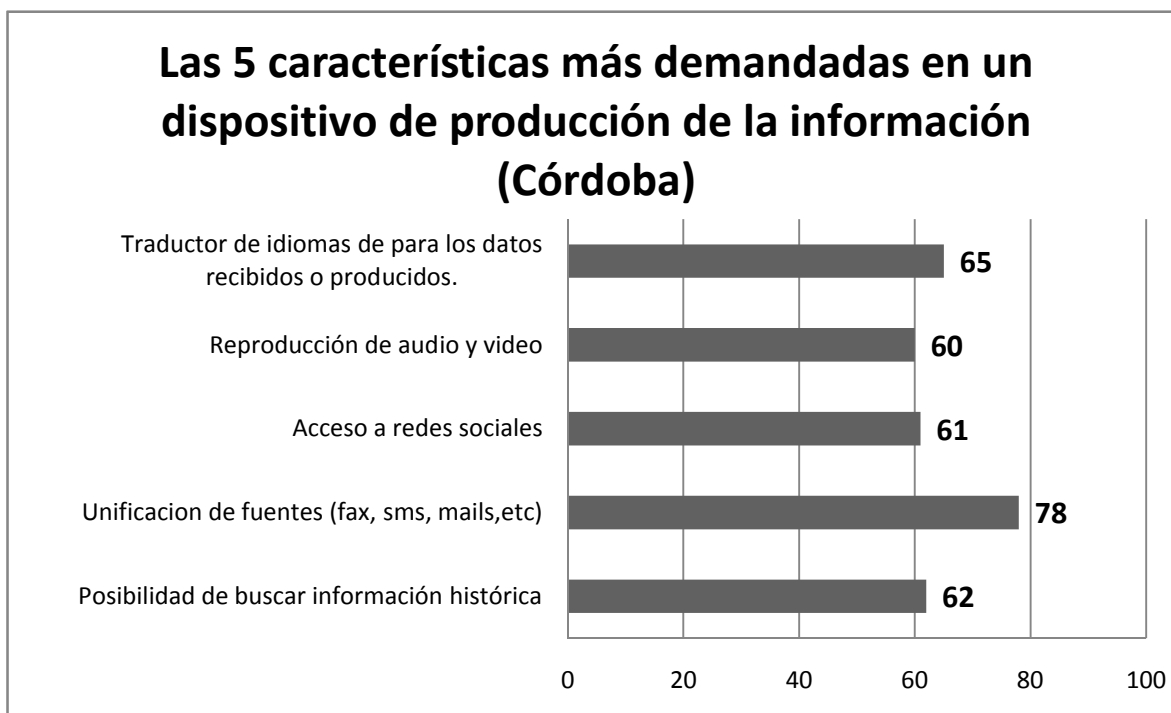


Gráfica 82. Las cinco características más demandadas en un dispositivo de producción de la información (nacional) Fuente: Elaboración propia

En el caso de un ámbito local también he obtenido un listado de necesidades¹⁸¹ de las cuales las cinco más demandas son las que aparecen en la gráfica. Destaca al igual que en la de ámbito nacional la necesidad de unificación de dispositivos con un 78%, y un traductor de idiomas. En este caso el usuario quiere unificar la usabilidad de todos los dispositivos que usa en su trabajo y tener una autonomía plena sobre el dispositivo de producción.

¹⁸⁰ Ver Anexo 12

¹⁸¹ Ver Anexo 13



Gráfica 83. Las cinco características más demandadas en un dispositivo de producción de la información (Córdoba). Fuente: Elaboración propia

Por ello, después del trabajo de campo y de las entrevistas personales, y teniendo en cuenta algunos datos estadísticos sobre limitaciones de accesibilidad, también se aumentó el número de características comunes a ambos, al igual que me pasó con las herramientas de recepción de fuentes de información. Por lo que se han tenido en cuenta varios factores que en el momento de la encuesta el usuario no valoró.

Por ello, he considerado valorar todas las características requeridas al final de las metodologías en los dos ámbitos geográficos y, también, unificarlo en un solo listado que expongo a continuación.

CARACTERISTICAS BASICAS DE UN INTERFACE DE PRODUCCION DE LA INFORMACIÓN
Sistema operativo Linux
Pantalla táctil
Tecnología 3G
Grabación y reproducción de audio/video
Pantalla de 7" a 10"
Videoconferencia
Cámara
Posibilidad de buscar información histórica
Acceso a redes sociales
Wireless
Bluetooth
Con descargas de app gratuitas
Que se pueda leer bien
Con menús intuitivos y ágiles.
Con traductor de textos
Accesible para la mayoría de diversidades
Favoritos o sitio personal para guardar información
Portatil
Batería de larga duración
GPS
Edición de video básico
Retoque fotografico básico
Acceso a diccionario RAE y Sinónimos
Que sea compatible con formatos antiguos

Tabla 26. Características básicas de un dispositivo de producción

Fuente: Elaboración propia

En esta ocasión, aunque no ha sido el sistema operativo más usado, ya he justificado que Linux es el sistema sobre el que tiene que funcionar cualquier software de recepción o de producción.

Muchas de las características son similares a la que se demandaban en el dispositivo de recepción de fuentes de información, pero también hay otras necesidades encaradas a la producción.

Como ya vimos en el bloque anterior, el perfil del productor en la actualidad se ve afectado por una multidisciplinar faceta profesional, en la que debería integrarse unos conceptos básicos de edición audiovisual e Infografía. Al margen de la creatividad y capacidad, es necesario un nivel básico de edición de video y retoque fotográfico. Como ejemplo de esto, tenemos que en la prensa digital, los contenidos no son sólo textuales sino que ya se insertan videos además de las fotografías pertinentes.

La duración de la batería del dispositivo portátil es un punto crucial en cuanto al aspecto de movilidad que hace que el equipo tenga un buen nivel de accesibilidad. Por lo que, cuanta mayor batería tenga y menos consumo de dispositivo, mayor rango de movilidad tendrá y a consecuencia, mayor grado de accesibilidad.

Y si hablamos de aumentar el grado de accesibilidad, también se conseguiría si el software del dispositivo posee un asistente o traductor de idiomas para tratar los textos que se reciben o se elaboran.

Otra de las necesidades es la facilidad de integración de un nuevo sistema en el futuro al sistema actual. Es decir, que sea compatible todo el contenido documental de archivo y formatos que utilizan en la actualidad, para que aunque se utilicen nuevos formatos, se pueda importar estos contenidos antiguos.

Para terminar de exponer estas demandas de características, tanto en las entrevistas como en la observación en el campo de trabajo, me he dado cuenta que tanto el diccionario de la Real Academia de la lengua como alguno de sinónimos es consultado en Internet para la elaboración de la información. Con ello se denota la preocupación del profesional por generar un producto de la mayor calidad informativa y lingüística posible para el consumidor.

6.6 Medios de consumo de la información actuales.

En apartados anteriores analizábamos aspectos sobre los grados de accesibilidad y usabilidad en puntos del proceso de la transformación de la información como son las fuentes de información, producción de la información, ahora llegamos al punto final del proceso, el consumidor.

El consumidor de la información que ha elaborado el productor de contenidos periodísticos, necesita acceder a uno de los medios por el que se distribuye esta. Para ello, necesita también tener un interface que le permita acceder al medio.

En cuanto a medios de comunicación, entendemos que están clasificados como medios convencionales y no convencionales. Esta clasificación viene marcada por otras disciplinas como es la publicidad, y que como la información no deja de ser un producto intangible con un determinado coste o gratuito, es recomendable seguir las pautas de esta clasificación.

A continuación, voy a desglosar y exponer de lo que se compone tanto los medios convencionales tanto los no convencionales así como la posible convergencia o evolución de ambos.

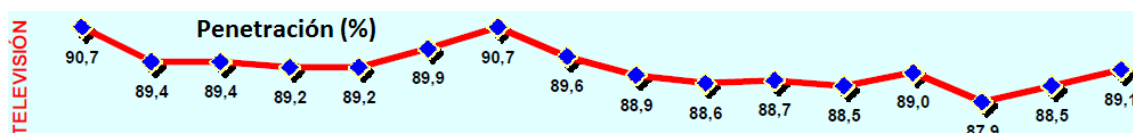
Con todo esto podremos ver cuál es el comportamiento de consumo de los usuarios, tendencias de consumo, evolución de la tecnología, audiencias y otros datos más que nos pueden ser útiles para poder ir actualizando los anteriores puntos del proceso de la información, fuentes y producción.

6.6.1 Medios convencionales.

Como medios de comunicación convencionales entendemos que son la televisión, radio y prensa escrita.

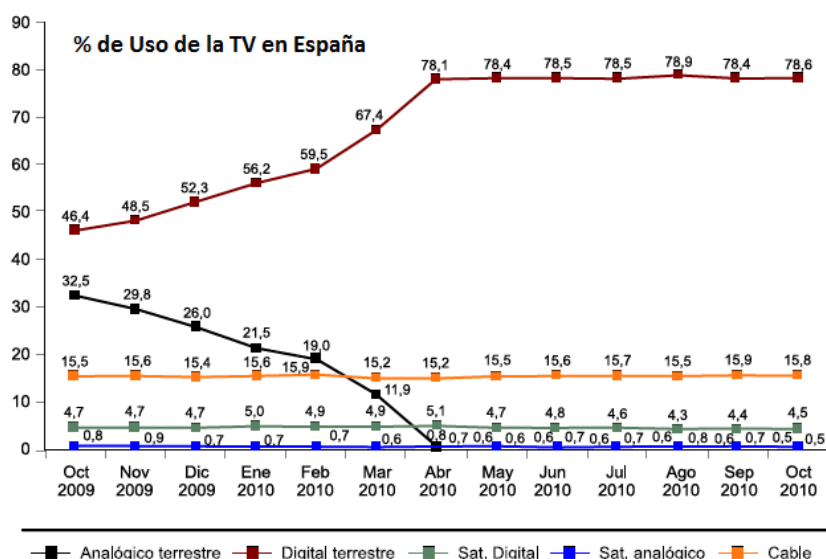
6.6.1.1 Televisión

La televisión es el medio de comunicación convencional que mayor porcentaje de penetración ha tenido en estas últimas épocas. Como podemos ver en la siguiente gráfica que nos muestra los porcentajes medios anuales desde el 1997 a 2012, teniendo puntos máximos en los años 1997 y 2003 con un 90,7% en ambos, y como punto mínimo el 2010 con 87,9%.



Gráfica 84. Porcentaje de penetración de la televisión. Periodo 1997-2012 Fuente: EGM

El punto mínimo del 2010, tiene como causa el llamado apagón analógico¹⁸² en el que las posibles confusiones con la transición de lo analógico a lo digital hayan podido crear ese descenso en la penetración. Viendo la siguiente gráfica podemos ver que las televisiones por cable o por satélite han mantenido una estabilidad en cuanto a su uso, en este año del apagón analógico vemos como el uso de la tv terrestre digital crea una pendiente ascendente, desde un 46,4% en Octubre del 2009 hasta el 78,1 en Abril del 2010 que es donde finalizan las emisiones de la televisión analógica terrestre. A partir de ese mes la televisión digital pasa a tener un ascenso más paulatino y un protagonismo respecto al resto de atomizadas modalidades.



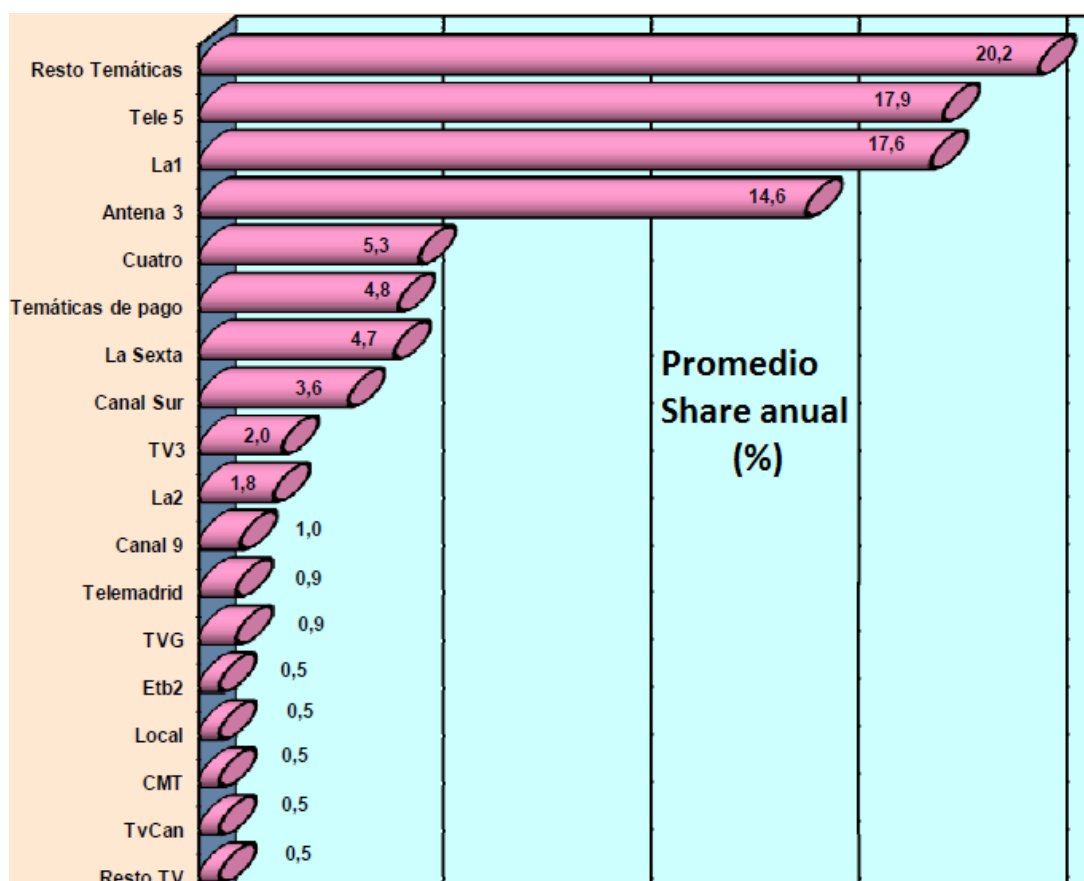
Gráfica 85. Porcentaje de uso de tv (nacional). 2009-2010. "Apagón analógico" Fuente: Kantar Media

¹⁸² http://es.wikipedia.org/wiki/Apag%C3%B3n_anal%C3%B3gico

La televisión se considera como una excelente vía de comunicación emocional, ya que gracias a que dispone de herramientas de realización que puede hacer que la información despierte sentimientos al usuario, a través de sus sentidos (visual y auditivo). Desde la apertura o cierre de los distintos planos de cámara, que confieren más o menos confiabilidad al contenido de información que recibe el usuario, así como la posibilidad de poder escuchar y ver el ambiente de un video cuyo contenido informa sobre un determinado evento, que hace que el receptor pueda percibir. En un informativo de televisión, cuanto más se cierre a la figura del presentador, en un plano medio en el que se pueda ver su expresión de la cara y gesticulación con las manos, puede generar más confianza que si tenemos un plano más abierto que enseñe la mesa y aleje al presentador. Y en un video, cuanto mayor sea la calidad en planos, video, sonido y edición, más cercanía le va a sugerir al espectador sobre su realidad. Subiendo un escalón tecnológico, si se aplicará la tecnología 3D y el audio envolvente, obtendríamos un realismo mucho mayor, nuevas sensaciones y mayor confiabilidad.

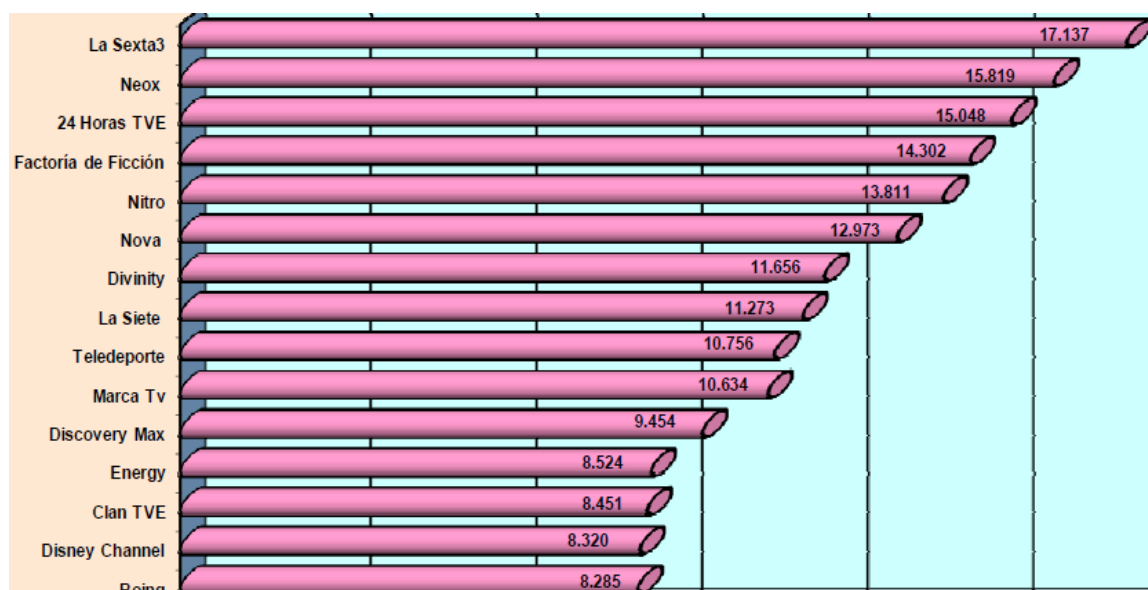
El consumo de información de actualidad se da a través de espacios informativos en canales de televisión generalista o bien de un modo continuo en canales de temática informativa.

Si miramos la gráfica 86, en cuanto a televisiones generalistas tenemos que Telecinco y La1 son las que mayores audiencias tienen a nivel nacional, sin contar las temáticas. Hay que tener en cuenta que las televisiones autonómicas, cuya emisión se da a nivel autonómico y por canales de cable o satélite, poseen una audiencia bastante considerable teniendo en cuenta que los datos son de carácter nacional. Podemos ver el caso de los informativos de Canal Sur, que posee un 3,6 % de share nacional.



Gráfica 86. Porcentaje de media de share anual. Periodo anual. 2012. Fuente: EGM

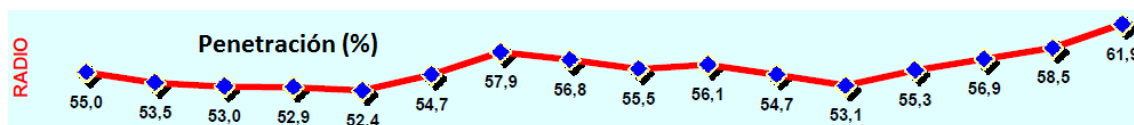
Los canales temáticos son, por ahora, los que mayor porcentaje de share de audiencia nacional tiene, situándose en un 20,2%. Si nos metemos en este porcentaje de share podemos ver que el primer canal temático informativo de mayor audiencia es 24 Horas TVE con 15.048.000 de audiencia media diaria.



Gráfica 87. Audiencia media de usuarios diarios (x1000) Periodo anual. 2012. Fuente: EGM

6.6.1.2 Radio

La radio es el segundo medio con mayor porcentaje de penetración en el mercado, y siempre se ha mantenido este puesto así en la última década. En el 2012 llega a alcanzar el 61,9 %, el punto máximo en este periodo.



Gráfica 88. Porcentaje de penetración de la radio. Periodo 1997-2012 Fuente: EGM

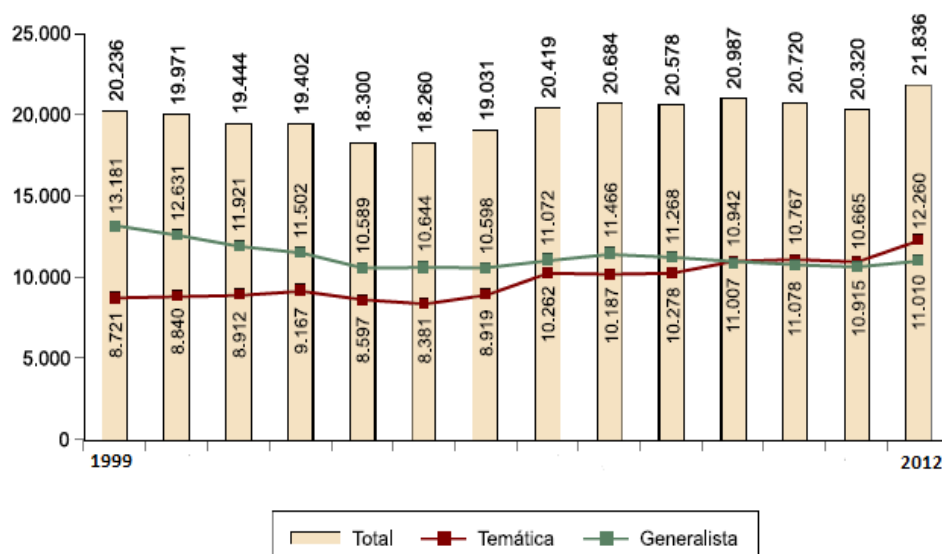
En cuanto al uso de la radio, tenemos que el máximo punto de penetración coincide con el año que más oyentes ha tenido la radio, el 2012, con un total de media diaria de 21.836.000 usuarios.

La clasificación de la radio es similar a la de la televisión, tenemos la radio generalista y la radio temática.

La radio generalista basada en programas que tratan temas de actualidad, tertulias, informativos, magazines, programas deportivos, debates, etc. Mientras que la temática se basa en la música, también llamada radio fórmula.

La evolución del consumo de la radio generalista desde el 1999 se ha mantenido en un leve descenso, ya que ha pasado desde los 13.181.000 oyentes hasta el año 2012 con 11.010.000 oyentes, generando una pérdida de 2.171.000 usuarios en ese intervalo de tiempo.

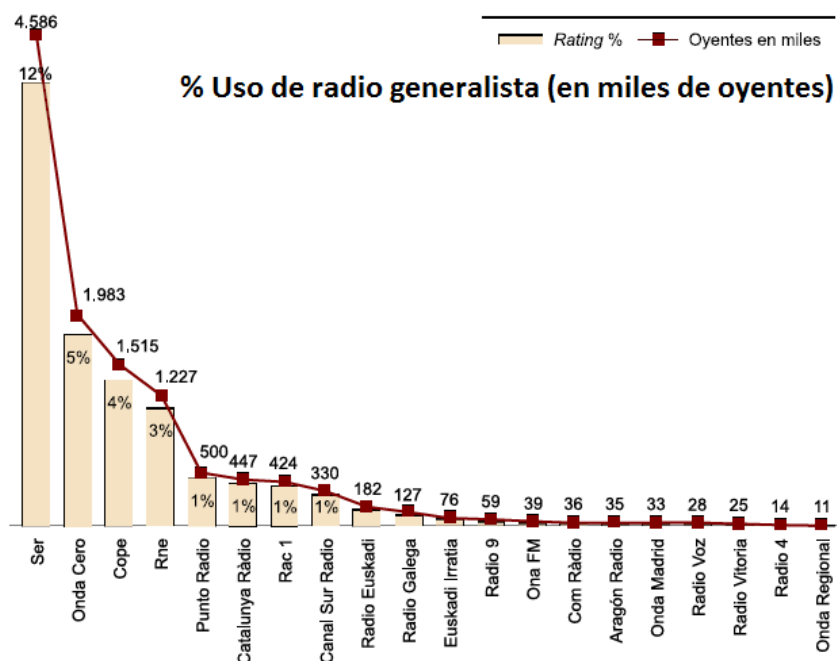
Uso de la radio (en miles de oyentes)



Gráfica 89. Oyentes diarios de media. 1999-2012. Fuente: Kantar Media

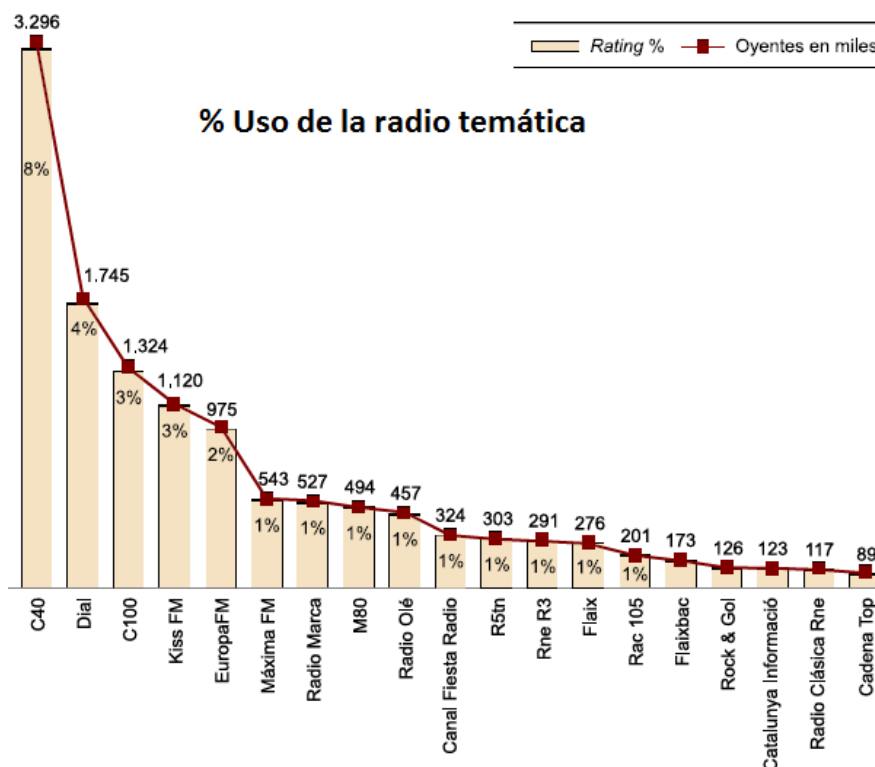
Según los datos de la agencia Kantar Media la cadena Ser es la líder en audiencia en el 2012 con 4.586.000 de oyentes y con un porcentaje de uso de un 12%. También en radio podemos observar

que las radios autonómicas, a pesar de su ámbito autonómico de emisión, poseen un porcentaje significativo a nivel nacional.



Gráfica 90. Porcentaje de uso de radio generalista. Kantar Media .2012.

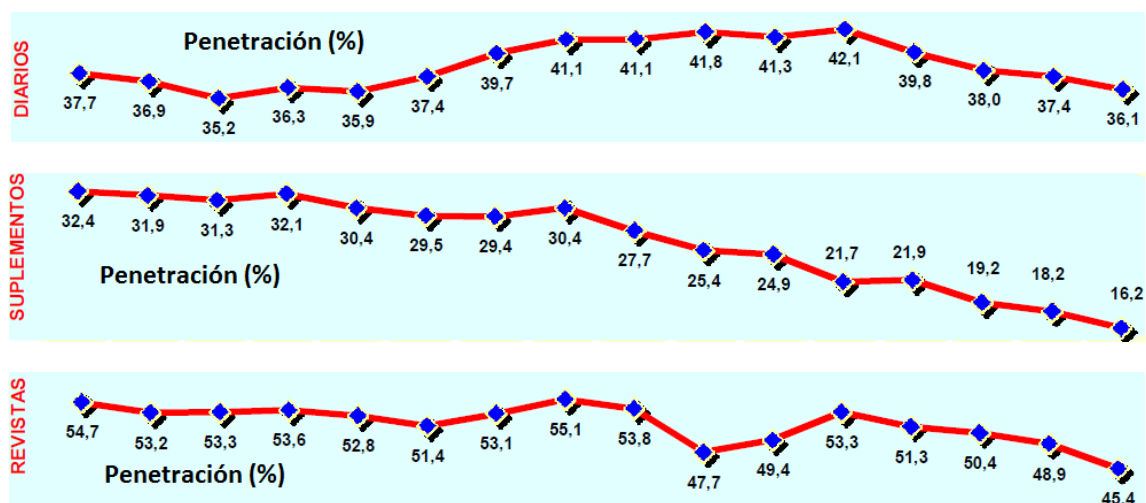
Por otro lado tenemos la radio temática, en la que se suele hacer algún boletín informativo en la parrilla de emisión. Con 3.296.000 oyentes de media anual y con un porcentaje de un 8%, los 40 principales es la cadena temática más oída.



Gráfica 91. Porcentaje de uso de radio temática. Kantar Media .2012.

6.6.1.3 Prensa escrita.

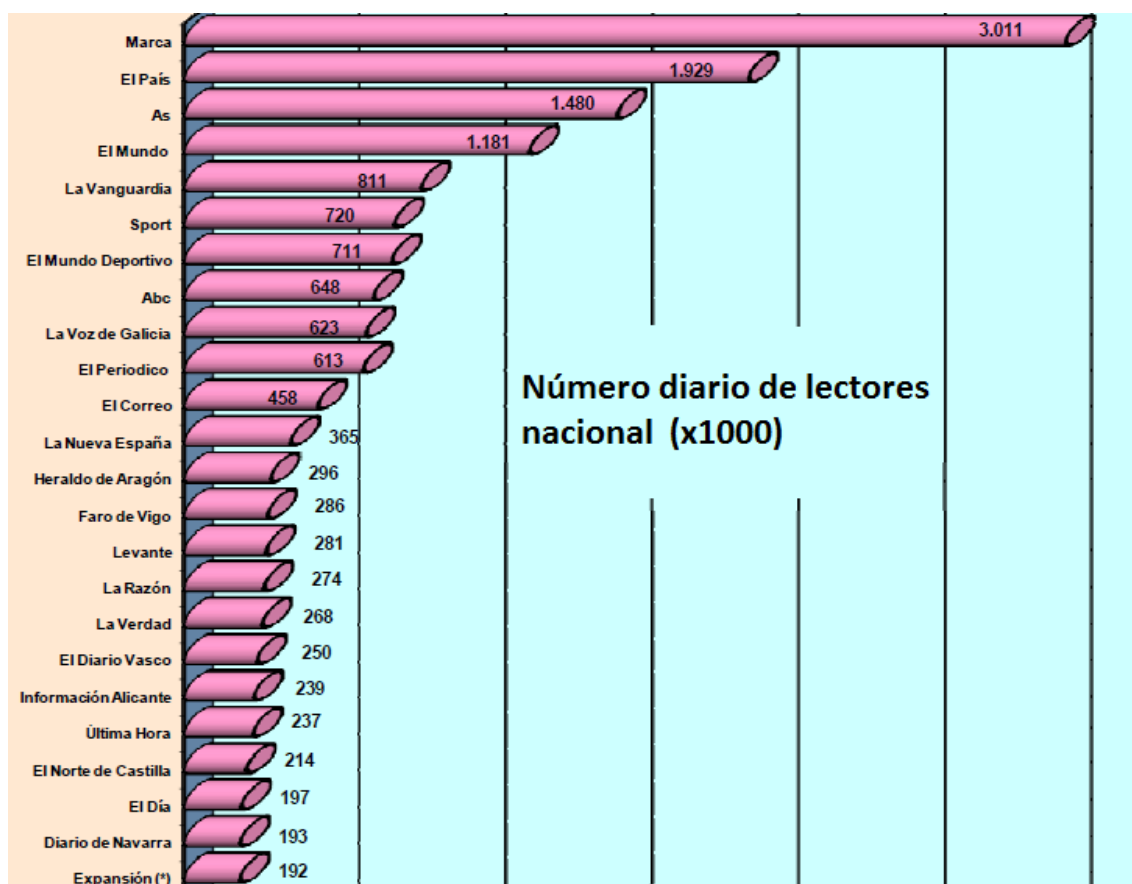
El último medio convencional que tenemos es la prensa escrita. Dentro de esta tenemos tres subdivisiones como son los diarios, los suplementos y las revistas.



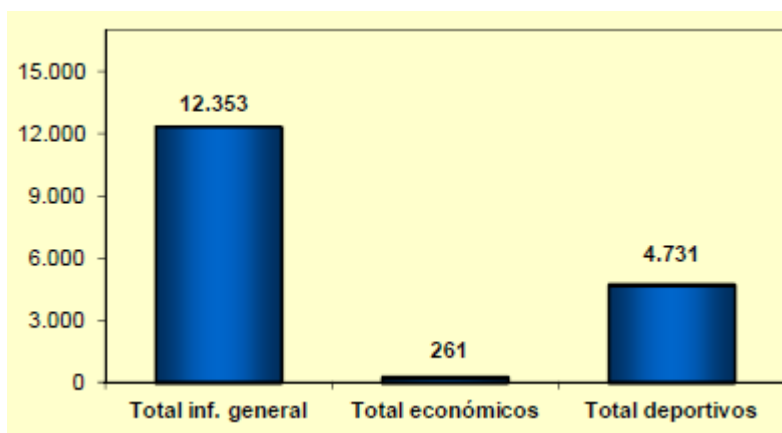
Gráfica 92. Porcentaje de penetración de la prensa escrita. Período 1997-2012. Fuente: EGM

En líneas generales, se observa en la gráfica 92 que, en todos los casos, se está dando un descenso en el porcentaje de penetración en los últimos años, situándose según el orden antes enunciado en 36,1%, 16,2% y 45% respectivamente.

En el caso de los lectores de diarios escritos tenemos que, con una periodicidad diaria, hay aproximadamente unos 14.223.000 usuarios. Curiosamente, se sitúan en los primeros puestos los diarios de información deportiva, El Marca en primer puesto con 3.011.000 lectores y As en el tercer puesto con 1.480.000 lectores. Fuera de lo deportivo, es el País con 1.929.000 usuarios y El Mundo con 1.181.000, los que más altos están en la clasificación y cuyo contenido es generalista y de actualidad.

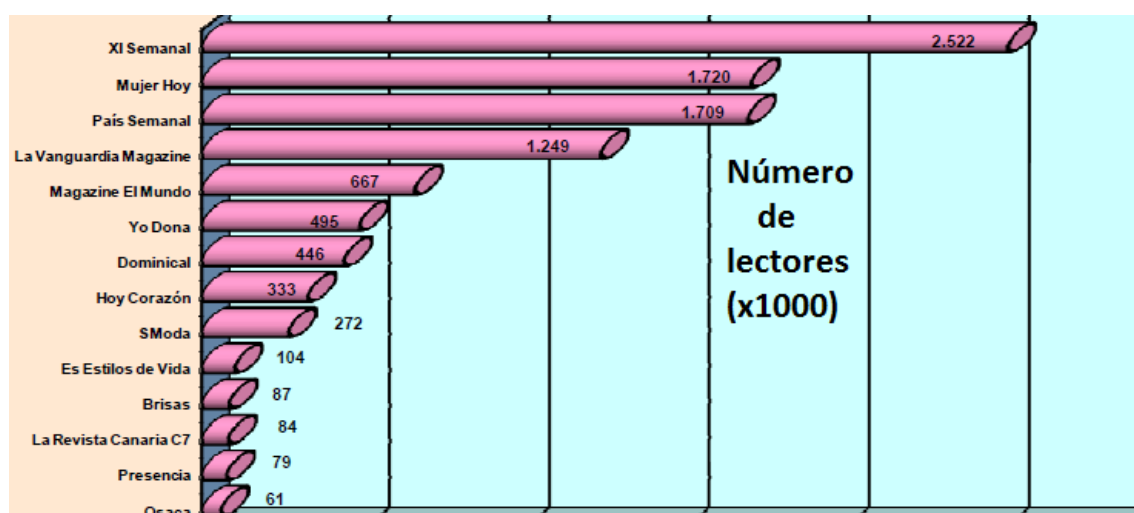


Gráfica 93. Número de lectores de diarios (miles) .Periodo diario. 2012. Fuente: EGM



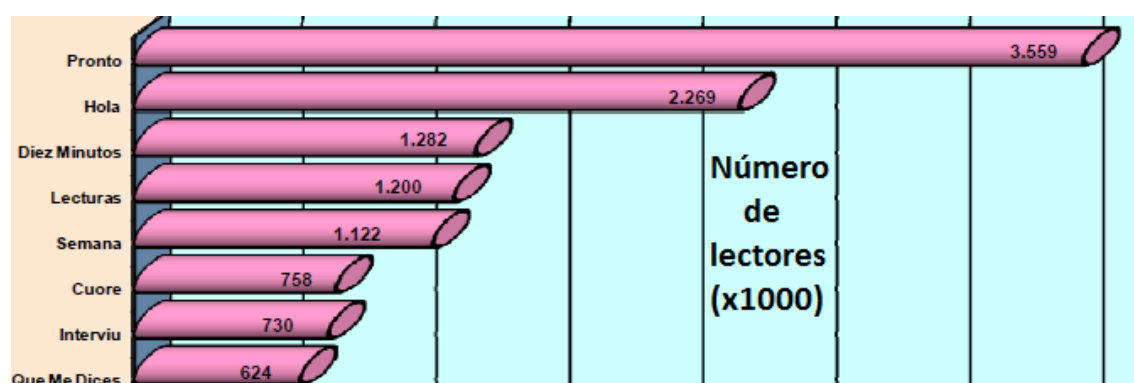
Gráfica 94. Número de lectores de diarios (miles) .Periodo diario. 2012 Fuente: EGM

En cuanto a suplementos tenemos que hay aproximadamente 6.400.000 de lectores. El más leído es el suplemento del grupo Vocento, XL Semanal, con 2.522.000 de usuarios lectores.



Gráfica 95. Número de lectores de suplementos (miles). Periodo diario. 2012 Fuente: EGM

Y por último, en las revistas de tirada semana tenemos que tienen una audiencia de 8.282.000 consumidores. Curiosamente, la mayoría de las revistas del ranking indican que el interés de los usuarios está orientado a la llamada prensa “rosa”¹⁸³.



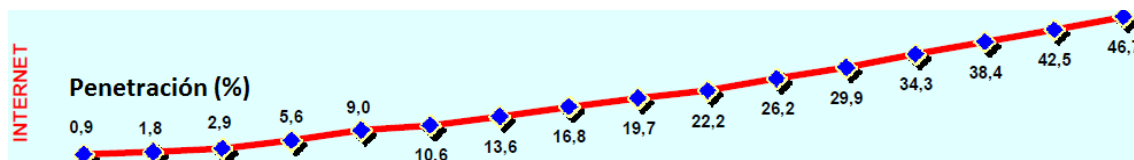
Gráfica 96. Número de lectores de revistas (miles). Periodo diario. 2012 Fuente: EGM

¹⁸³ http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_del_coraz%C3%B3n

6.6.2 Medios no convencionales

Englobamos dentro de los medios de comunicación no convencionales a los recursos que nos ofrece la internet.

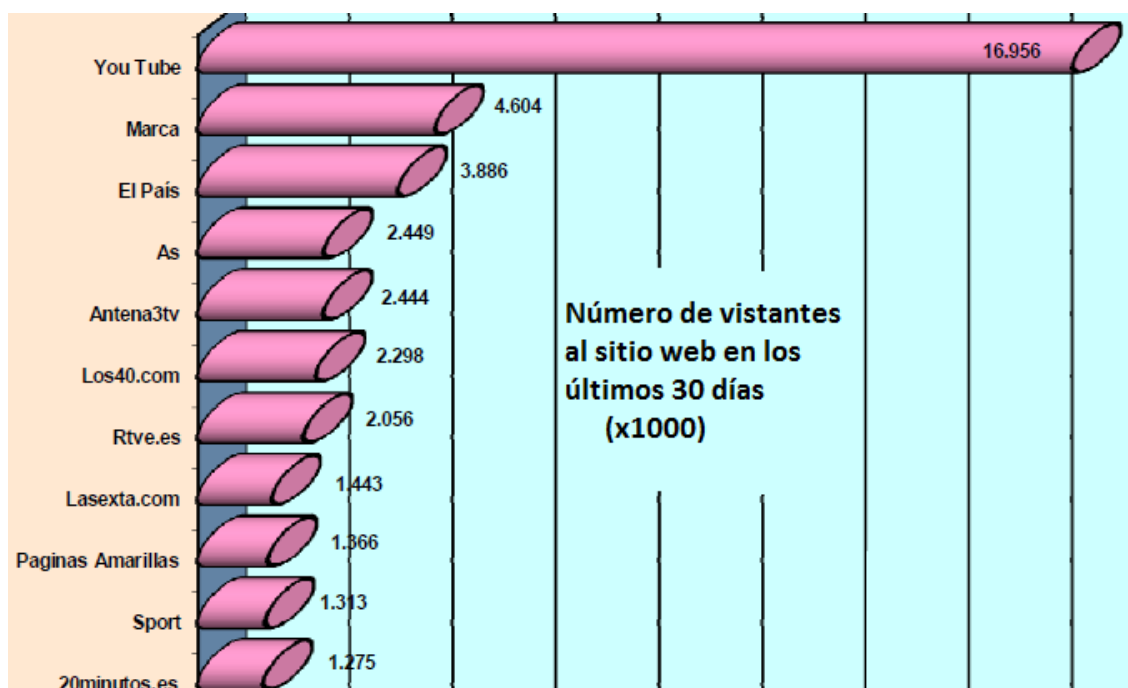
En comparación con los medios convencionales, podemos observar que la evolución desde 1997 hasta el 2012 del porcentaje de penetración ha sufrido un constante ascenso con una pendiente 45,6 puntos de diferencia. Es el medio con mayor progreso en penetración que se ha dado en la última década.



Gráfica 97. Porcentaje de penetración de la prensa escrita. EGM. Periodo 1997-2012 Fuente: EGM

Según el control de visitas que hace la agencia EGM, tenemos que los tres sitios web más visitados son Youtube, Marca y El País.

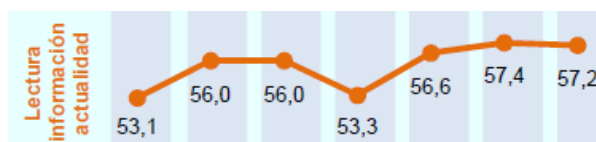
Youtube es la plataforma audiovisual en que más depositan su confianza algunos medios online, incluyendo blogs, para poder colgar sus videos. La posibilidad de obtener el código fuente para su inserción en una web o blog, hace que sea una herramienta con buen grado de accesibilidad y usabilidad, ya que posee la posibilidad de modificar el tamaño del reproductor además de que los controles del mismo son muy sencillos y manejables. Vimeo es otra plataforma audiovisual que está comenzando un ascenso para al gigante audiovisual que pertenece a Google.



Gráfica 99 Número de visitas totales en los últimos 30 días en sitios controlados por la agencia (miles). Noviembre 2012 Fuente: EGM.

Los consumidores de los medios no convencionales utilizan estas opciones para poder informarse sobre la actualidad:

-Periódicos digitales

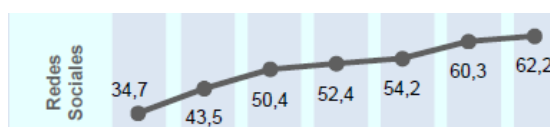


Gráfica 100. Porcentaje de uso en cuatrimestres. 2010-2012 Fuente: EGM.

Como podemos ver en la gráfica 100, el uso de la prensa digital ha sufrido en estos tres últimos años un incremento de uso considerable, situándose a finales del 2012 en el 57,2 %, un dato para tener en cuenta ya que supera a la prensa en papel y se acerca con celeridad a los niveles de la radio.

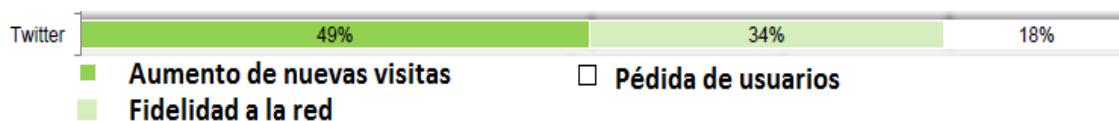
Un ejemplo del consumo de este medio lo tenemos en Orbyt, un kiosko virtual en el que por un sistema de abonos puedes descargar a tu dispositivo¹⁸⁴ la prensa del día o revistas. Por supuesto, al estar en formato digital, se descuenta al coste habitual el de la distribución e impresión. En casi tres años de vida, esta empresa prevé contar con más de 100.000 abonados¹⁸⁵ con una progresión de crecimiento de 80-100% anual.

-Redes sociales



Gráfica 101. Porcentaje de uso de redes sociales en cuatrimestres. 2010-2012. Fuente: EGM.

La redes sociales son otra herramienta que utiliza el usuario para poder informarse de la actualidad. Tiene una progresión ascendente bastante buena ya que se ha pasado del 34,7 en el 2010 al 62,2 en 2012, casi se ha duplicado en dos años.



Gráfica 102. Porcentaje de aumento de usuarios, fidelidad y desuso de la red social Twitter .2012. Fuente IAB

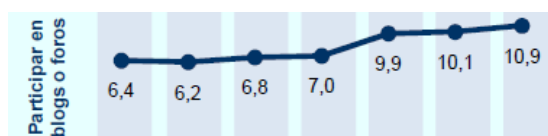
Twitter es la red social que sigue siendo líder en cuanto a uso informativo. Lo que más resaltan los consumidores es la posibilidad de personalizar la temática de la información que reciben en el

¹⁸⁴ 61% son descargas a dispositivos Ipad, 28% a PC, 9% a Iphone y 2% a Android.

¹⁸⁵ http://www.elmundo.es/elmundo/2012/01/21/andalucia_malaga/1327150117.html

timeline pudiendo elegir a que cuenta seguir. Posee un buen nivel de fidelidad de sus usuarios, pero no llegan a los 56% y 46% que tienen Youtube o LinkedIn respectivamente.

-Blogs periodísticos.



Gráfica 103. Participación en blogs o foros. En cuatrimestres, 2010-2012 Fuente: EGM.

La participación en blogs o foros se ha incrementado en casi un 4% desde el 2010. Pero en este estudio me interesa exponer los de una temática muy concreta, los blogs periodísticos.

Se consideran blogs periodísticos a aquellos cuyo contenido está relacionado con noticias, actualidad y periodismo. Suelen estar desvinculados de los medios de comunicación, aunque sean los autores los trabajadores de estos. En líneas generales se ofrece una información desde la perspectiva del profesional sin representar al medio con el que trabajan.

Según el observatorio Bitácoras¹⁸⁶, los tres mejores blogs periodísticos del 2012 han sido United Explanation¹⁸⁷, Escolar.net¹⁸⁸ y Hemisferio Zero¹⁸⁹. Siendo este último el ganador.

6.6.3 ¿Convergencia de ambos? ¿Evolución de medios?

Estas son las dos preguntas que me formulé cuando estudié los medios convencionales y los no convencionales, ¿existirá una evolución considerable en cada clase de medio? Dentro de esta evolución ¿existirá una convergencia entre medios?

Y todas las preguntas tienen como respuesta, si. Todos los medios, tanto convencionales como no convencionales, se han visto inmersos en una inevitable evolución tecnológica. En este crecimiento se da una convergencia en la que características de un medio y de otro se han unido para crear otro nuevo medio innovador, los medios de comunicación convergentes.

Como un gran ejemplo de estos medios convergentes tenemos la televisión inteligente o Smart Tv. En líneas generales es una fusión entre la tecnología del televisor, informática y un decodificador o STB que decodifique la señal que recibe externamente.

¹⁸⁶ <http://bitacoras.com/premios12/categorias/mejor-blog-periodistico>

¹⁸⁷ <http://www.unitedexplanations.org/>

¹⁸⁸ <http://escolar.net/>

¹⁸⁹ <http://hemisferiozero.com/>

Se necesitan proveedores de contenidos para el funcionamiento de este sistema. Las mismas marcas fabricantes han creado las suyas, pero también están saliendo al mercado otras empresas que están ofreciendo estos servicios.

PROVEEDORES FABRICANTES	MARCA
Samsung Smart TV	Samsung
LG NetCast	LG
Sony Internet TV	Sony
Panasonic Viera Connect	Panasonic
Philips NetTV	Philips
Web:TV	Bluesens

Tabla 27. Proveedores de servicio y sistema de smart tv. Wikipedia. Fuente: Elaboración propia

PROVEDORES MIDDLEWARE	DESCRIPCIÓN
Boxee	Popular bifurcación del software del centro de medios XBMC con una GUI personalizada y con un marco propio para aplicaciones adaptadas al televisor doméstico.
Google TV	Plataforma para televisores inteligentes basada en Android creada por Google, Intel, Sony y Logitech para crear televisión interactiva. Fue anunciada en mayo del 2010.
HbbTV	Se trata a la vez de un modelo estándar de la industria y de una iniciativa promocional para la televisión híbrida para armonizar el broadcast, la IPTV, y la entrega por banda ancha de entretenimiento para el consumidor final a través de televisores inteligentes y del STB.
MeeGo para televisión inteligente	Proyecto creado por Intel, Nokia y Linux que se crea a partir de una bifurcación de XBMC y de la unión de los sistemas operativos Maemo y Moblin). Permite la ejecución de aplicaciones, tiene incorporado el acceso a las redes sociales, juegos y cuenta con muchas de las otras características propias de la televisión inteligente.
IPTV3D3I	Proyecto de investigación de la Universidad de Córdoba en el que los parámetros de la accesibilidad y la usabilidad están muy presente. Incluye tecnología 3D.

Apple TV	Es un receptor digital multimedia diseñado, fabricado y distribuido por Apple. El reproductor está diseñado para reproducir contenido multimedia digital desde la iTunes Store, YouTube, Flickr, iCloud, Vimeo, Netflix o de un ordenador con Mac OS X o Windows con iTunes en una televisión de alta definición.
MSN TV	MSN TV (antiguamente conocido como WebTV) es un dispositivo que se conecta a un televisor con conexión RCA (video y audio) y permite la navegación por Internet mediante un control remoto, que puede actuar como mouse y un teclado inalámbrico, que entregan las funcionalidades de un computador. Sólo se usa en EEUU.

Tabla 28: Proveedores de middleware. Wikipedia. Fuente: *Elaboración propia*

Los problemas que se está dando con esta tecnología es que, en España, no disponemos de una infraestructura de tecnología como la 4G¹⁹⁰ que haga posible poder llevarse estos dispositivos a cualquier lado y poder disfrutar de toda la calidad de los formatos de que dispone. Con esta tecnología podremos tener 100Mbps en movimiento y 1Gbps en reposo, manteniendo en todo momento la calidad de servicio (QoS¹⁹¹), muy importante para asegurar la correcta transmisión de audio y video, en este caso de alta calidad. Por tanto, a día de hoy, tenemos que genera alguna deficiencia en accesibilidad, si queremos sacarle el mayor rendimiento debe de ser en un punto estático con conexión ethernet o con una dinamización muy reducida en área con wireless, descartando la tecnología 3G. Aunque hay previsiones que para principios del 2014 se instaure esta tecnología en nuestro país.

Esta convergencia tiene bastantes beneficios como son:

- La posibilidad de una medición de audiencia en cuanto a contenidos, ya que se puede realizar feedback entre el medio de comunicación y el consumidor.
- Ver la televisión sin necesidad de una señal de antena terrestre teniendo conexión a internet (tanto Ethernet como wireless).
- Abre el abanico de elección de contenidos a visionar.
- Puede crear nuevas formas de negocio online con plataformas de contenido audiovisual.
- Es una herramienta más para la enseñanza, ya que se pueden generar contenidos educativos (entre los que incluyo siempre la información de la actualidad) y poder

¹⁹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil_4G

¹⁹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/QoS>

impartirlos en estas plataformas. El alumno y el profesor o centro educativo podrá estar en contacto gracias a la posibilidad de la interactividad.

- Aumenta algo los grados de accesibilidad a la información.

Y es en los grados de accesibilidad y usabilidad es donde se ubican algunos puntos débiles. Para ellos ya están en marcha varios proyectos en los que colabora el Grupo de Investigación EATCO de la Universidad de Córdoba, como son la IPTV3D3I y el kit IFreeSIN¹⁹².

El kit iFreeSIN, es un kit de accesibilidad a ordenadores, SmartTV, set-top-box y tabletas, que utiliza tecnologías de reconocimiento visual, auditivo, locomotor y mecánico para entornos gráficos GNU/Linux. Dichos sistemas operativos se hallan integrados en el hardware de la SmartTV.

IFreeSIN está pensado para sustituir una gran cantidad de periféricos especiales de coste muy elevado y que los usuarios, personas con discapacidad, no quieren utilizar, pues lo hacen diferente al resto de personas. iFreeSIN dota al sistema de las mismas funciones y accesibilidad utilizando elementos de uso ordinario como una cámara Web o un mando a distancia.

Uno de los principales objetivos de IFreeSIN es que cualquier aplicación pueda ser accesible a cualquier tipo de persona con discapacidad, sin tener que desarrollar aplicaciones especiales ni utilizar dispositivos adaptado a este tipo de personas. Para ello tenemos que hacer que los sistemas operativos, las plataformas web y las aplicaciones en general puedan ser accesibles y usables, el sistema operativo basado en el kernel de GNU/Linux y la plataforma Web Siesta en la nube son los únicos sistemas totalmente accesibles y usables (con sello SIMPLIT¹⁹³).

En cuanto a la IPTV3D3I¹⁹⁴, es un proyecto de investigación de una plataforma en la nube con las interesantes características que es usable, accesible y adaptativa. Además que se le suma la tecnología 3D. Por lo que es una solución a muchos de los problemas de accesibilidad y usabilidad que, a día de hoy, presentan las otras plataformas que se hallan en explotación y que antes he comentado.

Al subsanar esas deficiencias, menos la del accesibilidad en cuanto a ubicación, tenemos ante nosotros un modelo de la futura IPTV para todo tipo de usuarios, tanto con cualquier diversidad, edad y condición. Y cuyo rango de aplicaciones se amplía desde el consumo de información de actualidad, pasando por la comunicación entre usuarios hasta un nuevo modelo de enseñanza, el t-learning oblicuo¹⁹⁵.

¹⁹² <http://es.wikipedia.org/wiki/IFreeTablet>

¹⁹³ <http://www.simplit.es/>

¹⁹⁴ <http://iptv3d3i.cpmti.es/>

¹⁹⁵ De Castro, Carlos. El futuro de las tecnologías digitales aplicadas al aprendizaje de personas con necesidades educativas especiales. Revista ReD Revista de Educación a Distancia. Número 32. Pág. 18-21

BLOQUE VII VISIONES DE FUTURO

7.1 Introducción.

Voy a partir de que el futuro no está escrito, ni podemos vaticinar que es lo que pasará, ya que se constituirá en la evolución del presente, se encontrará por el camino un conjunto de variables o condicionantes (económicos, sociales, políticos, etc.) que pueden generar cierto grado de desviación en su trayectoria.

Aun teniendo en cuenta estas variables de desviación, para explicar este bloque he recurrido a una analogía a una herramienta matemática, el vector.

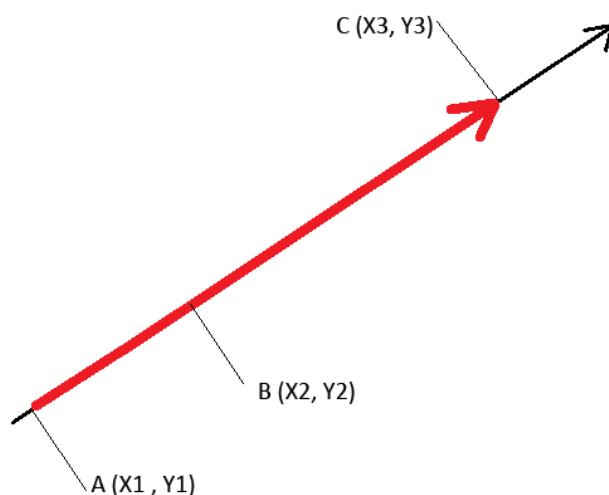
Está compuesto por coordenadas de inicio y fin, módulo, dirección y sentido. He considerado como coordenadas el pasado $A(X_1, Y_1)$, el presente $B(X_2, Y_2)$ y el futuro $C(X_3, Y_3)$.

Los puntos de cada una de esas coordenadas son los aspectos más destacables en cada temporalidad sobre el perfil del productor de contenidos periodísticos digitales, tecnologías de la información además la accesibilidad y usabilidad de la información.

La longitud del módulo no es más que el tiempo que se tarda desde una coordenada a otra. En el caso del módulo entre A y B, pasado y presente, las variables X_1 , X_2 , Y_1 e Y_2 las conocemos. Pero en el caso del módulo de B y C, su longitud temporal depende de condicionantes que de si se ven cumplidas o no, hará que el tiempo que se tarde en llegar a C

En primer lugar, voy a utilizar las coordenadas A y B que componen el vector AB, para asentar el pasado y presente del perfil del productor de contenidos periodísticos digitales, evolución tecnológica de sus herramientas y accesibilidad-usabilidad.

Voy a trazar una línea de evolución estableciendo coordenadas en el pasado, en el presente y sabiendo como los vectores la coordenada de dirección podremos aplicar una coordenada en el futuro apoyada en la encuesta. Aplicado tanto al perfil del periodista como al de sus herramientas.



Teniendo unas coordenadas objetivos, nosotros somos quienes podemos aplicar ángulos de corrección de trayectoria para poder las aberraciones creadas por los condicionantes y, a consecuencia, alcanzar el futuro deseado. En nuestras manos está.

7.2 Vector $ab = (x_2 - x_1, y_2 - y_1)$. Estableciendo puntos de coordenadas de pasado y presente.

7.2.1 Puntos clave del pasado y presente del perfil del productor de contenidos periodísticos digitales.

A continuación voy a exponer los puntos más importantes a tener en cuenta para crear nuestras coordenadas del pasado y presente tanto del perfil del periodista, como de las nuevas tecnologías además de la accesibilidad y usabilidad. No creo que sea precisa una profundización en ninguno de ellos, ya que considero que han quedado justificados en los anteriores bloques.

- La figura del periodista siempre ha existido mientras haya un profesional dispuesto a preguntar y a relatar la información de forma clara, concisa y concreta.
- La formación universitaria del periodista se ha basado en gran medida en las artes lingüísticas con la finalidad de producir texto de alta calidad informativa, redacción y expresión.
- Los avances de las TICs ha generado una demanda en cualidades y nivel de destreza en nuevas herramientas tanto de producción como de recepción de fuentes de información.
- El número de asignaturas sobre nuevas tecnologías en los planes de formación de las universidades españolas es muy dispar, en alguna universidad se insiste menos en este aspecto que otras. Curiosamente, las facultades que más insisten en nuevas tecnologías son las que son de nueva creación.
- La crisis económica ha hecho que se dé la peor bajada de la tasa de empleo en el sector del periodismo, y dando como resultado un alto porcentaje de desempleo de nuevos titulados como a profesionales con una larga trayectoria.
- Un gran porcentaje de profesionales buscan su formación continua fuera de su empresa, ya que esta no se la facilita. La formación a los trabajadores aún sigue viéndose por las empresas como gastos y no, como inversión.

- Con las redes sociales, aparecen nuevos puestos de trabajo que no poseen una regulación en cuanto a competencias¹⁹⁶ y titulación. Incluso se habla de intrusismo.
- Se han detectado ofertas de trabajo que, según las asociaciones de periodistas, no ofrecen condiciones dignas para un profesional de la información, como puede ser el caso de los blogs¹⁹⁷.
- Comienzan a darse cuenta que “El periodismo ciudadano no existe, el buen periodismo necesita un periodista”¹⁹⁸
- La interactividad entre usuario y medios de comunicación está haciendo que el usuario elija su información, por lo que condiciona a estas empresas a convertir su modelo de producción. Para sobrevivir, deben ser empresas de contenidos y multiplataforma de producción además de servicio.
- “Los periodistas están sufriendo más de lo razonable en muchas empresas gobernadas y gestionadas por auténticos incompetentes. Gentes que se encumbraron administrando períodos de bonanza y que ahora no se les ocurre otra cosa que cortar y cortar sin darse cuenta que en las crisis es cuando hay que invertir. Deben ser leales con sus empresas, sí, pero sobre todo con sus lectores.”¹⁹⁹
- Se demanda más cantidad y calidad en la elaboración de la información.
- El modelo de negocio de rentabilidad de la información ha sido en la mayoría de las veces enfocado a la venta de publicidad.²⁰⁰ Pero en estos años de crisis, la publicidad se ha visto mermada, por lo que es necesario buscar una nueva fórmula de explotación de contenidos periodísticos para que las empresas puedan subsistir.
- El consumo de contenidos no suele tener un carácter generalista, sino que se consumen más contenidos de secciones especializadas.
- Al mismo nivel que aumentas las nuevas herramientas de comunicación en redes sociales, aumenta el llamado periodismo ciudadano.

¹⁹⁶ <http://www.misapisportuscookies.com/2013/02/el-community-manager-culto-y-sin-faltas-de-ortografia/>

¹⁹⁷ <http://www.apmadrid.es/images/stories/oferta%20novodistribuciones%281%29.pdf>

¹⁹⁸ <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2013/03/12/periodismo-ciudadano-existe-buen-periodismo-necesita-periodista/981189.html>

¹⁹⁹ <http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2012/10/20/juan-antonio-giner-prensa-periodistas-sufren-periodista-empresas-gestionadas-periodismo-incompetentes.shtml>

²⁰⁰ <http://www.prnoticias.com/index.php/television/846/20117629-el-consumo-de-la-tv-crece-aunque-el-negocio-esta-perdiendo-rentabilidad>

7.2.2 Puntos clave del pasado y presente de las tecnologías de la información.

- Desde los inicios del periodismo, la evolución de las herramientas del periodista a estado condicionada por la evolución tecnológica.
- La Internet ha supuesto un importante avance en la integración de formatos de comunicación, o también, en la creación de un nuevo lenguaje periodístico digital.
- El numero de herramientas de las que dispone el profesional para desarrollar su trabajo cada día aumenta más. Desde el lápiz, pluma y papel, pasando por las Olivetti que recuerda Arturo Pérez Reverte²⁰¹ y otros periodistas de larga experiencia, hasta la informática actual.
- En cuanto a medios de comunicación tenemos los convencionales y los no convencionales, pero ya se comienza a ver un cambio en esas definiciones, se comienzan a mezclar conceptos de unos con otros como ya expuse en bloques anteriores²⁰².
- Los avances de imagen y sonido en este último siglo han sido exponenciales. La calidad en cuanto a formato han hecho posible que la experiencia de usuario a la hora de consumir un producto audiovisual sea muy valorable. En estas últimas décadas se ha conseguido estimular de una forma óptima los sentidos del oído y la vista con tecnologías como el Surround²⁰³ y el sistema 3D.
- Los medios de comunicación utilizan las redes sociales, más en concreto, la red de *Twitter*, para la publicación gratuita de titulares de información. Lo que hace que el usuario a través del link publicado, pueda ampliar la información en la web del medio.
- El blog es utilizado principalmente dentro del periodismo para publicar opiniones. Hay empresas que en sus publicaciones incluyen los blogs de opinión y hay profesionales que al margen de su trabajo, utilizan esta herramienta de libre expresión.
- Los rumores en las redes sociales son el efecto secundario de la falta de regulación y contraste.
- Las herramientas de producción comienzan a servir sus productos en multiplataforma.
- Tenemos que el periodista dispone de varios dispositivos para recibir la información de sus fuentes.
- Hay dispositivos de recepción de fuentes, como el fax, que sólo se puede consultar en el lugar de trabajo.

²⁰¹ <http://www.perezreverte.com/articulo/patentes-corso/695/sientate-aqui-chaval/>

²⁰² Ver Bloque VI apartado 6.6

²⁰³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Surround>

- La mayoría de los profesionales tienen que volver a la empresa para poder elaborar su información, debido a que disponen de un pc de sobremesa.
- El sistema operativo más utilizado es el Microsoft Windows, aunque ya he argumentado que no es el más adecuado.
- Las tres aplicaciones libres que más conocen los profesionales son el Mozilla Firefox, OpenOffice y el Filezilla.
- Los cinco software más utilizados en la producción de la información son Microsoft Office, Millenium, Red1 Plus, Inews e Indesing CS4.
- El medio convencional con más penetración es la televisión y el medio no convencional es internet. Aparecen los medios convergentes que comparten características de los dos medios anteriores.

7.2.3. Puntos clave del pasado y presente de la usabilidad y accesibilidad de la información.

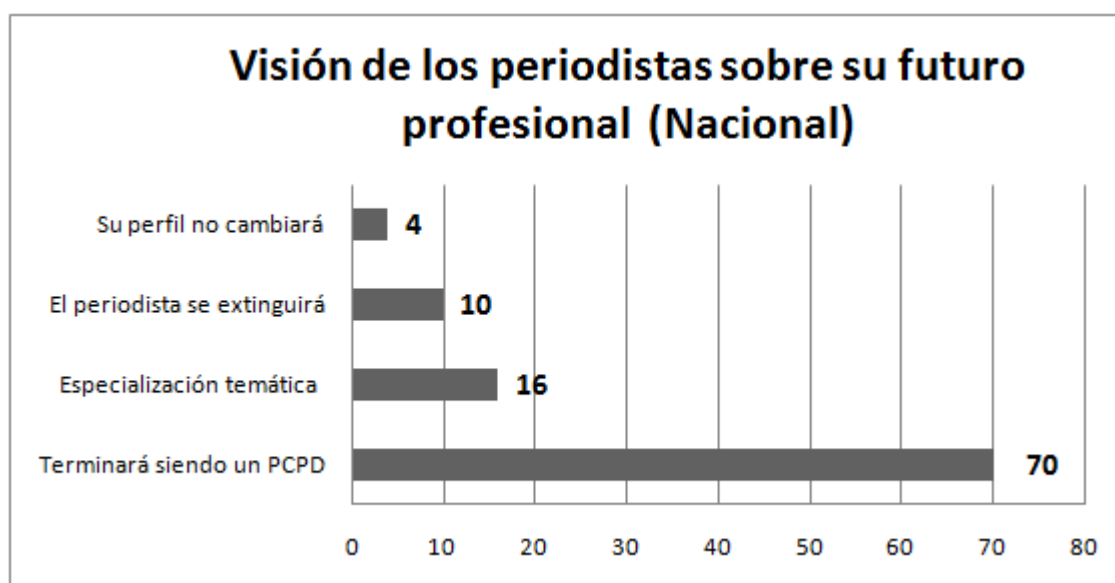
- Hace más de una década te comprabas un móvil y no te importaba tanto las aplicaciones que tenía, bastaba con que pudiese enviar sms y se pudiese hablar por teléfono. Hoy en día, el usuario se preocupa más de cómo comunicarte con el dispositivo. El consumidor busca que el dispositivo tenga un buen grado de accesibilidad.
- Se han encontrado nuevas limitaciones a la formación continua como son la desidia y la *técnofofia* a lo que considero problemas de accesibilidad.
- Problemas de usabilidad con los botones de las aplicaciones de la recepción y producción de la información (dimensiones, separación entre ellos, etc.).
- Problemas de usabilidad con la navegación. En ellos, la permanencia de los botones de herramientas dentro de las aplicaciones de recepción y producción de la información.
- Deficiencias en accesibilidad en cuanto a las limitaciones por diversidad visual. En el diseño no se contempla el uso del software con usuarios con ceguera.
- Deficiencias en accesibilidad en cuanto a las limitaciones por problemas cromáticos. Se utilizan los colores rojo, verde y azul en funciones importantes y no se tiene la posibilidad de cambiar esa colorimetría.
- Se tiene limitaciones de cobertura. Tanto por problemas de conexión 3G o wireless que impiden el acceso a la Internet.
- Poco a poco se está avanzando hacia el uso de dispositivos portátiles que generan accesibilidad, pero se debe insistir en la autonomía de energía, consumos y materiales más ligeros.

- Jakob Nielsen no considera usable al sistema operativo Microsoft Windows 8.
- Las empresas de comunicación deben invertir en la obtención de un grado óptimo en la accesibilidad y usabilidad de la información, ya que la cantidad y calidad del producto, aumentarán los beneficios.
- Los diseños de los dispositivos actuales no cumplen los requisitos de usuario por lo que no cumplen la normativa que estamos utilizando.
- No existe una normalización de las fuentes de información en cuanto a formato, no hay una i-normalización.

7.3 Vector $bc = (x_3 - x_2, y_3 - y_2)$. Estableciendo las posibles coordenadas del posible escenario futuro.

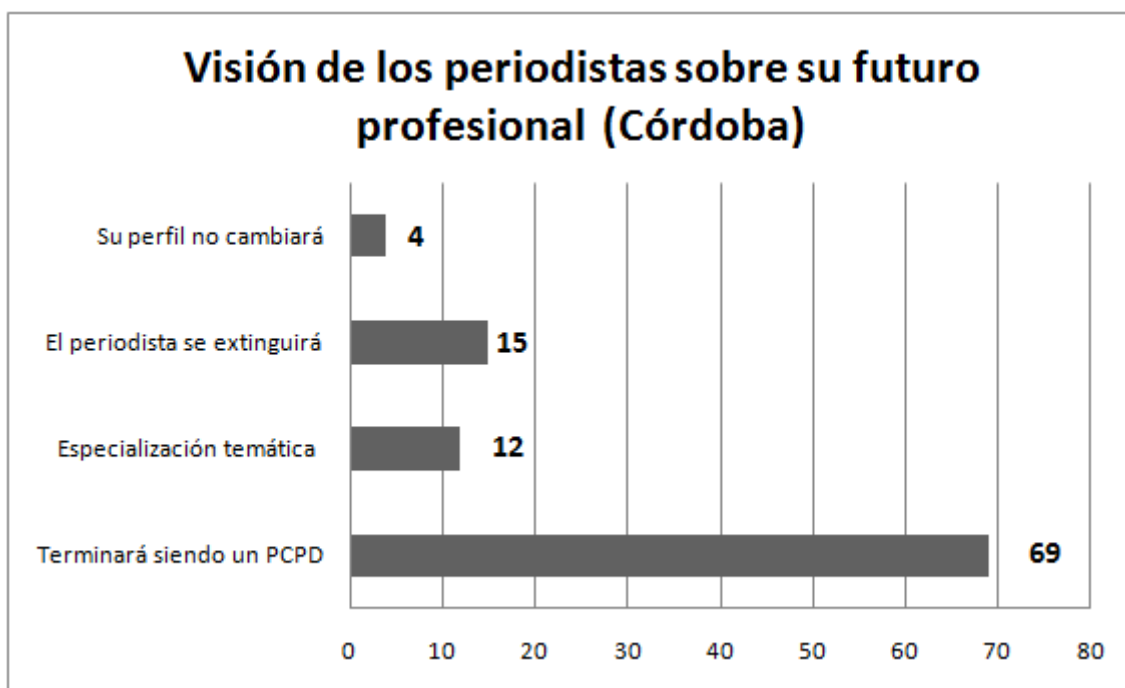
7.3.1 Puntos probables del futuro del perfil del productor de contenidos periodísticos digitales.

Un 70% de los usuarios estudiados a nivel nacional creen en la línea de que el periodista será un profesional que cambiará su concepto actual de periodista, se especializará en una temática determinada y cambiará a ser productor de contenidos periodísticos digitales (PCPD). Un 16% piensa que será un profesional que cada vez se especializará en una determinada temática. Un 10% creen que es un profesional que terminará en la extinción. Y por último, un 4% piensa que será un profesional con el mismo perfil que tiene ahora.



Gráfica 105. Opiniones sobre el futuro perfil del periodista en un ámbito nacional. Fuente: Elaboración propia

En el caso local, un 69% creen que el periodista será un profesional que cambiará su concepto actual de periodista, se especializará en una temática determinada y cambiará a ser productor de contenidos periodísticos digitales. Un 12% creen que es un profesional que terminará en la extinción. Un 4% piensa que será un profesional que cada vez se especializará en una determinada temática, con el mismo porcentaje piensan que será un profesional con el mismo perfil que tiene ahora.



Gráfica 106. Opiniones sobre el futuro perfil del periodista en un ámbito cordobés. Fuente: Elaboración propia

Una vez expuestas las visiones aproximadas sobre el futuro del periodismo por parte de los profesionales de este sector procedo a asentar algunas coordenadas futuras teniendo en cuentas la trayectoria del pasado y presente:

- El perfil de formación del PCPD deberá ser más completo que actualmente. Tendrá que ser multilingüe, con conocimientos de usuario de nuevas tecnologías
- La infografía es una disciplina que deberá estar integrada en el perfil del PCPD, la comunicación infografía será una pieza muy importante.
- Si se realizan cambios generales en cuanto a contenidos de planes de estudios universitarios de nuevas tecnologías aplicadas a las herramientas del PCPD tendremos gran profesional.

- Puede generarse una reducción del paro en los profesionales de la información. Al margen de los condicionantes políticos y económicos, está en manos de las empresas de comunicación, asociaciones y del mismo profesional.
- Con la ayuda de las asociaciones y colegios profesionales, se regularizarán los perfiles de los trabajadores en las redes sociales en cuanto a sus requisitos de formación.
- Podría aparecer, un nuevo perfil del profesional del periodismo que podría dedicarse a “normalizar”, el Gestor de Contenidos Periodísticos Digitales (GCPD). Lo explicaré en profundidad en las aportaciones.
- Las asociaciones y colegios asesorarán y proporcionarán más formación continua.
- Algunos estudios como los del PEJ²⁰⁴, dicen que en un tiempo no superior a 5 años, solo se venderá prensa impresa, dos o tres veces en semana o en Domingo.
- La publicidad al igual que el periodismo evolucionará adaptándose a las demandas de las nuevas empresas de comunicación. Por lo que el modelo de negocio publicitario deberá sufrir una metamorfosis, dando como resultado nuevas estrategias más óptimas de publicidad.
- “El buen periodismo es siempre un buen negocio” es una afirmación de Juan Antonio Giner²⁰⁵ que se debe de tener en cuenta.
- Las empresas de comunicación deben enfrentarse al reto de la convergencia. Con la consiguiente exigencia de grandes dosis de planificación, creatividad y apuesta por sus trabajadores.
- La convergencia empresarial de la comunicación no puede quedarse en una simple remodelación en la dirección de las empresas periodísticas y debe alcanzar a las redacciones, a los periodistas.
- Las empresas de comunicación podrán seguir evolucionando si asimilan en todo momento los requisitos que se demandan para una convergencia óptima.
- El PCPD estará a la altura de las demandas de calidad y cantidad del consumidor.
- El consumidor podrá elegir cuando y donde quiera consumir la información periodística a un nivel multiplataforma.

²⁰⁴ http://www.journalism.org/analysis_report/search_new_business_model

²⁰⁵ <http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2012/10/20/juan-antonio-giner-prensa-periodistas-sufren-periodista-empresas-gestionadas-periodismo-incompetentes.shtml>

7.3.2 Puntos probables del futuro de las tecnologías de la información

- Los dispositivos de producción de la información serán más ligeros y con mayor autonomía gracias a los estudios que se están realizando para reducir el consumo de energía y el peso. Como posible pista a esto, puedo decir que el grafeno puede ser uno de los protagonistas, ya que está ayudando a concluir estudios de décadas como el del ruido rosa²⁰⁶, y otros estudios²⁰⁷ avanzan que podría conferir ligereza, durabilidad y mayor conductividad a las herramientas del PCPD.
- Al igual que en pasado y en el presente, la evolución de las herramientas del periodista estarán condicionadas a la evolución tecnológica y a las necesidades de usuario.
- El concepto de medios convencionales y no convencionales tendrá una tendencia a la extinción o la adaptación de sus conceptos a la tecnología que se esté usando.
- Los medios convergentes tendrán una mayor penetración que los otros dos medios.
- El PCPD podrá consultar todas sus fuentes de información en cualquier lugar, sin necesidad de volver a su puesto de trabajo. Ganará más tiempo para la producción.
- Se deberá regular los contenidos de las fuentes de información, con ello se contribuiría a la desaparición o decremento de rumores provenientes de la información facilitada por usuarios no profesionales de la información, además de la falta de contraste.
- Se ofrecerá un servicio multiplataforma y con hiperaccesibilidad.
- Tanto el sistema operativo libre como los software de código abierto, deberían ser el futuro más inmediato, ya que sus arquitecturas permiten mayor tipo de integraciones. Las empresas de software, deberían valorar un modelo de explotación en cuanto a soporte del software, ya que no se debe realizar la venta del mismo.
- La unificación de herramientas de recepción de fuentes de información de producción es inevitable, aparte de por criterios de accesibilidad y usabilidad, por ahorro económico y por el aumento de productividad.
- El nivel de seguridad y autenticidad de las fuentes de información tendrán más prioridad que en la actualidad.
- El sistema de recepción, normalización y gestión de fuentes de información que propongo en el apartado de las aportaciones, Peryco podría ser un paso al futuro inmediato y una buena línea de diseño.

²⁰⁶ <http://www.neoteo.com/el-grafeno-resuelve-problema-de-un-siglo>

²⁰⁷ <http://www.news.cornell.edu/stories/Aug12/grapheneJunctions.html>

- Las redes sociales van a evolucionar más allá de un timeline donde se exponen las novedades de los usuarios de la red que tienes creada. Se podrá acceder a todos los contenidos, no solo audiovisuales o gráficos que cada usuario publique, sino que se podrán compartir otro tipo de ficheros.
- Los dispositivos de consumo de información se convertirán en una herramienta más integrada en otro dispositivo cuyas funciones principales no tienen porque ser informar. Sonotones con radio, encimeras de cocina con proyecciones para ver la información, gafas o lentillas para visualizar la información, etc. Lo que se pueda imaginar.
- Incluso puede que el concepto actual de dispositivo de producción o de consumo que tenemos dejen de existir.

7.3.3. Puntos probables del futuro sobre la usabilidad y accesibilidad de la información.

- La información podrá ser accesible y usable por cualquier usuario, independientemente de la diversidad que tenga.
- Los fabricantes de tecnologías para los PCPD atenderán los requisitos demandados y realizarán sus diseños centrados en estos usuarios, dándoles el mayor grado posible de usabilidad.
- Se debería utilizar un sistema operativo accesible y usable. Actualmente, Linux es el sistema operativo que más condiciones de accesibilidad y usabilidad cumple.
- El aumento de accesibilidad y usabilidad a las fuentes de información hará que el PCPD se centre más en satisfacer las necesidades de consumo del usuario final, tanto en calidad como en cantidad.
- Las redes sociales, si se crea un modelo de regulación, podría incluso valorarse como un nuevo medio de explotación
- El número de herramientas del PCPD se reducirá hasta unificarse en un dispositivo, con el que mejoraría parámetros comunes de accesibilidad como son la movilidad, portabilidad, adaptación ante alguna diversidad del profesional, idiomas, etc.
- El consumo de la información saldrá de la bidimensionalidad actual de sentidos, vista y oído, y nos llevara al estímulo de otros sentidos²⁰⁸.
- Los parámetros evaluadores de accesibilidad y usabilidad serán actualizados acorde a la nueva situación.

²⁰⁸ <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/03/17/comunicacion/1300382301.html>

- ¿Y si utilizásemos como dispositivo de producción y de consumo nuestro cerebro? Ya están en marcha estudios bajo la dirección de en los que se está desarrollando un sensor para poder interpretar los pensamientos humanos²⁰⁹, pero enfocado a monitorización de personas con discapacidades neurológicas y ancianos, así como el control a distancia de acciones robotizadas para evitar accidentes indeseables. Si se aplicase este avance a un flujo de información, los grados de accesibilidad y usabilidad quedarían obsoletos dado a que sobrepasaría el listón debido a su gran nivel en cada caso.

El futuro de los tres ámbitos que estoy exponiendo tienen como afinidad la convergencia no sólo en lo tecnológico sino también en lo profesional y empresarial. En lo profesional afectará esencialmente a todas las tareas periodísticas básicas. En este proceso de convergencia deben ir de la mano la empresa y el profesional, sin desatender las demandas de los consumidores de información. Por ello es imprescindible una constante comunicación interna, y externa con los consumidores (feedback). Y como objetivos de esa convergencia debería ser no solo la mejora de herramientas sino el aumento cualitativo y cuantitativo de la información para poder generar beneficios. Estos beneficios podrán ser fruto de la venta de espacios publicitarios pero también de intercambio de material informativo con otras empresas o venta directa al consumidor de la información.

Aunque podamos aproximarnos a predecir unas tendencias en el futuro. El destino del periodismo y las características de usabilidad y accesibilidad de la información, aún no está escrito, en nuestras manos esta que se lleve a buen término.

²⁰⁹ <http://www.muytranquilo.es/2012/01/crean-sensor-capaz-de-interpretar-el.html>

8. BLOQUE VIII CONCLUSIONES

8.1 Respuestas a las preguntas de investigación.

Regresemos a los inicios de este estudio y demos respuesta a las preguntas de investigación teniendo como premisa todos los resultados obtenidos:

¿Es óptima la relación de las TICs con los periodistas?

No. La relación entre las nuevas tecnologías de la información no tiene un grado óptimo. Esto es debido a las deficiencias de accesibilidad y usabilidad a la información además de las necesidades expuestas de formación del profesional en esta materia tecnológica.

¿La evolución de las TICs afecta a la demanda de la información por parte de los consumidores?

Si, afecta y mucho. Según los análisis de consumo medios que he realizado en bloque tecnológico, el consumidor de esta información apuesta por unos medios convergentes. Estos medios hacen que tengan a su disposición un número mayor de opciones informativas que se deben cubrir de contenidos.

Con esta evolución, ¿afecta a la calidad del contenido del mensaje?

Si no existe una buena adaptación del profesional de la información a las nuevas tecnologías, tendrá como consecuencia la aparición de limitaciones de usabilidad y accesibilidad que harán que en la búsqueda de la información en sus fuentes pierda tiempo que podría dedicar a la elaboración del producto.

¿Importa más la cantidad de información que la calidad en su contenido?

Lo ideal es que ambas deberían estar al mismo nivel. Pero esto no es así, ya que el usuario demanda más cantidad de información dando prioridad a los datos relevantes dejando en un plano casi secundario la calidad lingüística en la redacción del texto que contiene dichos datos. La información es educación y cultura, por tanto, la posibilidad de poder llegar a la idealidad del nivel equitativo de ambas cualidades, pasa por las manos del profesional de la información y por la empresa de comunicación. Es importante, en primer término, invertir en TIC's y formación para los trabajadores de las empresas, y cuando el profesional no tenga deficiencias de accesibilidad y usabilidad lanzar un producto de calidad. Al tener la alternativa por el mismo precio de tener sólo los datos fundamentales de una información y otra alternativa el tener esos mismos datos dentro de una información elaborada con calidad, el consumidor optará por la segunda opción. Así se conseguirían mayores beneficios para la empresa además de beneficios en educación y cultura para el consumidor.

¿Son tratados adecuadamente los flujos de información desde su inicio como fuente de información hasta su producción final?

El término "adecuadamente" tiene un significado un poco ambiguo. Si no se tratara adecuadamente el flujo de la información desde fuentes, éticamente, no se podría producir nada,

porque carecería de valor. Por tanto, desde esa perspectiva, si se trata bien los flujos, ya que hay una producción. Pero si volvemos a formularnos lo mismo pero con el concepto de optimización, tenemos que la respuesta es negativa. No tiene un grado aceptable de optimización basándonos en los criterios de accesibilidad y usabilidad. La optimización en los flujos de información desde su inicio como fuente de información hasta su producción final es mejorable.

¿Es necesaria una normalización de la información de las fuentes que recibe el productor?

Si, es necesaria una normalización u otra acción que aumente los grados de accesibilidad y usabilidad a las fuentes de información. De hecho, el pilar de una de mis aportaciones es la i-normalización de fuentes, con la que se rectifican de forma positiva los grados de los factores que he estado estudiando.

Si aumenta el flujo de información ¿puede generar una desinformación? ¿Falta de tiempo de contraste? ¿Rumoreo?

En la actualidad, la respuesta es si. Porque ante un aumento de demanda de información, a día de hoy, el profesional puede verse abocado a la elaboración de material informativo de calidad cuestionable, debido a que las fuentes de información le pueden surtir de materias primas informativas de origen dudoso o erróneo y no se dispone de tiempo para poder contrastarlo como se debe. Como ya he expuesto, las redes sociales se están convirtiendo en una potente fuente de información pero también en un foco de desinformación y rumoreo.

¿Dispone el periodista de buenas herramientas de trabajo acorde a la situación actual?

Las herramientas de que dispone el periodista son mejorables en diseño centrado en las necesidades del usuario. Los fabricantes de software para las empresas de producción informativa, parece que están primando más el hecho de surtir de herramientas al usuario que mirar aspectos sobre accesibilidad y usabilidad entre software, hardware, profesional e información.

¿Posee de la base o reciclaje pertinente para el uso óptimo de estas herramientas?

Aunque queda camino por andar, la actitud que me he encontrado durante la elaboración de este estudio ha sido de optimismo, predisposición y sinceridad en cuanto a lo que hay. La formación continua es un valor que debe comprender la empresa como inversión y no como un gasto más. Lo ideal es que la empresa de la mano de las asociaciones y del trabajador, creen una línea de formación que adapte a los usuarios a cualquier demanda en la evolución de perfil del profesional de la información. No por esto se reduce el nivel de competitividad, al revés, un medio más preparado es más competitivo. Se deberían ver en un futuro decrementos en los porcentajes de formación continua por cuenta del trabajador.

8.2 Conclusiones sobre accesibilidad y usabilidad de la información.

8.2.1 Generalidades

Las investigaciones sobre accesibilidad y usabilidad que se han realizado hasta la fecha no tienen contemplado los flujos de información de contenidos periodísticos digitales, que, en parte, esto puede ser debido a una incorrecta focalización causada por una obsoleta definición de arquitectura de la información. Dentro de este flujo de información lo hemos dividido en tres puntos:

- Fuentes de información
- Producción de la información
- Consumo.

Aunque me he metido en los tres, en un principio focalice en los dos primeros a tenor de las demandas de usuario, pero la clave está en la optimización de la accesibilidad y usabilidad de las fuentes de información.

Me he encontrado que un gran porcentaje de los usuarios estudiados no tienen un concepto nítido de las terminologías de accesibilidad y usabilidad.

8.2.2 Usabilidad

Dentro de la normativa ISO 9241 y de sus cuatro actividades que evalúan los grados de accesibilidad, he encontrado en su actualización ISO 13407, su adaptación al flujo informativo en el entorno actual. Es la normativa más válida para la definición de usabilidad en los flujos de información desde la perspectiva del diseño centrado en el usuario.

Por tanto, la usabilidad de la información nos va a permitir medir el grado de eficacia, eficiencia y rapidez con la que la información permite alcanzar un grado determinado de conocimiento del contenido, un determinado grupo de usuarios y un determinado lugar de entrega. Siempre desde el diseño centrado en el usuario, atendiendo a las necesidades del mismo.

8.2.3 Accesibilidad

Como conclusiones en el aspecto de la aplicación de la accesibilidad en la información, es que primordialmente se ha podido aplicar desde las definiciones que se expusieron con anterioridad en el bloque correspondiente, y con ellos se ha podido llevar a cabo un estudio sobre la accesibilidad a esa información periodística.

Como definición tenemos que la accesibilidad a las tecnologías de la información es el grado de nivel de posibilidades de poder ser accedidas y usadas por el mayor número de productores de contenidos digitales o consumidores, indiferentemente de las limitaciones propias de cada usuario o de las derivadas del contexto de uso de la información.

Durante esta investigación me he encontrado una incorrecta utilización del concepto de diversidad en muchas de mis referencias, ya que utilizaban erróneamente la terminología de discapacidad, amén de otros términos aberrantes. La sociedad debe distinguir estas definiciones. Por ello, en este estudio, he comenzado dando ejemplo y haciendo una breve aclaración de conceptos, aunque esto es responsabilidad de todos para no crear una brecha o distorsión de la diversidad.

Hablando de brechas, la digital, es también otra protagonista de la accesibilidad, que se ha reducido casi a la mitad desde el 2002, con perspectivas de que cada vez ese protagonismo disminuya hasta desaparecer.

Por desgracia, no se puede afirmar una completa extinción de las limitaciones de accesibilidad aplicadas a la información periodística, pero sí que se pueden reducir las actuales. Las clases de limitaciones que me he encontrado han sido las siguientes:

-Visuales.

El problema más común en el profesional a nivel nacional es la miopía con una afección de un 49 %, le sigue el astigmatismo con un 32% y un 9% la presbicia. Como ya hemos visto con anterioridad el astigmatismo y la miopía son afecciones que, en la mayoría de los casos, suelen ir relacionadas. Aunque es un porcentaje muy pequeño, quiero resaltar que se han dado casos de problemas visuales cromáticos como es el daltonismo. En el caso de Córdoba, tenemos que la presbicia quintuplica la media nacional situándose en 46%. Esto es debido a que el grupo de profesionales de entre 40 a 65 años es el más numeroso, y es en este rango de edad donde se suele desarrollar esta afección. Sin embargo, le siguen las dos problemáticas que tenemos, la miopía con un 32% y astigmatismo con un 21%. No se han dado casos de daltonismo. Como diversidad visual que podríamos llamar a la ceguera, a nivel nacional, se ha registrado 1% y un caso de Córdoba.

Con estas clases de limitaciones visuales, por un lado deberíamos tener un interface en el cual se tuviese en cuenta la posibilidad del cambio de tamaño y tipo de letra, así como las colorimetrías. Y en el caso de la ceguera, tanto el SW como el HW deberían tener posibilidad de integrar, por ejemplo, un comunicador braille.

-Auditivas.

A nivel nacional, tenemos que 7% tiene problemas de pérdida de audición pero que aún no la tienen corregida o no valorar la necesidad de corregirla. Y pequeño grupo de un 2%, tiene problemas auditivos significativos pero los tienen corregidos. En el caso local, registramos más de la cifra triplicada de los casos que tienen pérdidas de audición pero que no lo han tratado, llegamos a un cuarto de los encuestados, un 25%. Al igual que en la problemática visual de la presbicia, las propiedades auditivas pueden verse mermadas también por la edad. De ahí, que tengamos un 25% de usuarios cordobeses con problemas auditivos sin tratar

Por ello en los diseños deberían tener en cuenta un control normalizado de volumen teniendo en cuenta estudios como el de la BBC²¹⁰.

-Físicas.

Si miramos en el caso del profesional tenemos que a nivel nacional tienen problemas físicos motrices que les impiden utilizar sus herramientas con normalidad un 3% de los usuarios. En el caso de Córdoba no se han encontrado casos en los que tengan algún problema físico por el cual no puedan interactuar con sus herramientas profesionales.

En este caso, se debería tener en cuenta en el diseño, la posibilidad de integrar dispositivos de adaptación.

Al margen de estas limitaciones, he encontrado otras problemáticas en la accesibilidad a la información, tanto en la producción como en las fuentes, y son las siguientes:

-*Técno*fobia y desidia.

En un marco nacional tenemos que hay afectados por *técno*fobia aproximadamente un 7% de usuarios mientras que un 20% admite que tienen problemas de adaptación a la evolución tecnológica por desidia a la hora de enfrentarse al uso de las nuevas herramientas. En el caso de los profesionales cordobeses, tenemos que un 4% sufre *técno*fobia y un 25% que experimenta desidia en cuanto al uso de las actualizaciones de sus herramientas profesionales. La *técno*fobia, además de la desidia a la hora de aprender el uso de esas herramientas profesionales, se están convirtiendo en un problema de accesibilidad para el productor de contenidos periodísticos digitales, al que se le debería dar su correspondiente solución para reducir los datos estadísticos o erradicarlo.

-El idioma de información.

Un 36% de los encuestados locales tienen problemas a la hora de acceder a los datos que les proporcionan sus fuentes de información, a causa del idioma, el usuario carece de la formación lingüística extranjera suficiente para poder interpretar lo recibido. Sin embargo a nivel nacional, esta limitación desciende un 13% situándose en la cifra de 23%.

Tanto la *técno*fobia como la desidia, la solución viene dada por dos caminos paralelos, uno en el diseño, haciendo que interface tenga un grado alto de usabilidad (asistentes, menús muy intuitivos, identificación clara de menús, etc.). Y el otro camino sería a nivel psicológico y formador, y consistiría en dar motivación y seguridad al usuario a partir de la formación especializada y/o personalizada.

-Conectividad.

²¹⁰ http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/08/120830_audifonos_peligro_oido_men.shtml

Un 42 % de los encuestados a nivel nacional desmienten que tienen problemas de accesibilidad a sus fuentes cuando se mueven fuera de su puesto de trabajo, mientras que en el caso de Córdoba, es algo menor, alcanzando un 29%.

Esto es también bastante preocupante, ya que junto con la acción de consulta puede ser que sea lo que menos optimizado esté. A la vista del 2014 está la implantación de 4G que revolucionará la conectividad.

En líneas generales, se deben tener en cuenta en los nuevos diseños tecnológicos centrados en las nuevas demandas del consumidor y del PCPD, los problemas de accesibilidad a causa de la miopía, presbicia, astigmatismo, deficiencias cromáticas, pérdidas de audición, limitaciones motrices, *técnofofia*, desidia, idioma y falta de conectividad.

Aunque he investigado sobre los tres puntos, he llegado a la conclusión que el estudio de accesibilidad y usabilidad de las fuentes de información es el punto más importante para la optimizar los siguientes. Al mejorar los parámetros de estudio sobre este punto, conseguimos un ahorro de tiempo que se puede emplear en cualquiera de los dos puntos restantes.

Si se realiza un estudio exhaustivo de estas cualidades de la información y de cómo aplicar una normalización de fuentes de información generará una serie de ventajas que optimizará la gestión y la distribución de la misma, aportando así un modelo a seguir en el tratamiento de esta clase de información:

- Aumento del tiempo de producción por noticia.
- Mayor cantidad de información.
- Aumento en la calidad.
- Nivelación de los parámetros de calidad y cantidad.
- Mejora el formato.
- Filtrado y clasificación de información.
- Reducción de rumores.
- Mayor documentación
- Mejora la calidad de vida de los PCPD, ya que reduce su estrés, incrementa la satisfacción y la productividad.
- Mejora la imagen y el prestigio del PCPD al poder ofrecer un producto de mayor calidad al consumidor.

8.3 Conclusiones sobre el productor de contenidos digitales y tecnologías de la información.

8.3.1 Conclusiones históricas.

A lo largo de la historia, tanto nacional como de Córdoba, ha quedado patente la inquietud de la población por tener información pese a las barreras que han impedido tenerla en determinadas localizaciones históricas.

-Barreras políticas.

-Barreras económicas.

-Barreras de distribución

-Barreras de investigación

-Barreras tecnológicas.

El consumidor ha ido demandando más información acorde al decremento de las barreras creadas.

Como se ha podido observar he incidido en la historia y evolución de la prensa antes de la aparición de los medios convencionales. La prensa escrita es la base de los contenidos informativos ya sean audiovisuales o radiofónicos, y a causa de ello, la evolución en la escrita puede influir en las demás.

La temática generalista con la que comenzaron los primeros periódicos se ha ido convirtiendo en un abanico temático en el que el usuario elige lo que quiere. No sólo estamos hablando de la diversidad de canales y servicios que nos ofrece a día de hoy, por ejemplo, la TDT o la IPTV3D3I²¹¹ sino cuando a principios de siglo comenzaban los impresores a ver las inquietudes de los colectivos con la sacada al mercado de las revistas de veterinaria, economía, religión, etc...

El estereógrafo, la estilográfica, y la máquina de escribir han sido las fieles herramientas del productor de contenidos periodísticos en los inicios hasta hace unos 30 años en los que los primeros ordenadores e impresoras matriciales, ayudaban en gran medida en su labor y la posterior evolución tecnológica hasta nuestros días.

En cuanto a la forma de recepción de las fuentes de información, tenemos que el correo, el telégrafo y el teléfono han sido los medios más usados hasta el último cuarto del siglo XX.

A lo largo de la historia la oferta y la demanda informativa no han sido correspondidas entre sí. Como hemos visto al inicio de la historia del periodismo y los distintos medios de comunicación, el nivel de ofertas de productos informativos era en comparación bastante mayor que la demanda

²¹¹ http://www.cpmi.es/media/iptv_3d3i.pdf

de la población, mientras que en nuestros días la producción no llega a satisfacer la demanda. La sociedad cada vez valora más el concepto de Información y cada día nacen nuevas temáticas. El consumidor quiere la máxima información posible, en cualquier lugar, en cualquier momento y lo más asequible posible. Por ello, llegamos al mismo punto que en otros apartados y bloques, no existe una optimización de la usabilidad y accesibilidad en el flujo de la información.

8.3.2 Conclusiones sobre la formación del productor de contenidos periodísticos digitales

Los resultados de la investigación sobre la formación universitaria del profesional de la información es el reflejo de las opiniones de los estudiantes que ya expuse en el bloque con anterioridad se expone que los puntos débiles, son la poca practicidad de cierto contenido teórico, ya no solo el hecho de poner ejemplos prácticos para facilitar la comprensión de la teoría, sino practicarlo fuera de la universidad en forma de prácticas en empresas. Y en el caso contrario, tenemos como puntos fuertes que los temarios de las asignaturas son buenos y con contenido de calidad, además de que el profesorado de ciertas materias destaca en cuanto a cumplir sus objetivos docentes y aleccionar con calidad.

Se debería potenciar la relación entre la tecnología y los conocimientos humanísticos que se imparten dentro de los planes de estudio, también convendría insistir en la practicidad de las TICs además de seguir reciclando los contenidos de los planes adaptándolos a nuevos avances tecnológicos que atañen directamente al trabajo de productor de contenidos periodísticos digitales. Se observa que los temarios con contenidos tecnológicos, salvo excepciones²¹², son de carácter generalista, sin concretar en una determinada herramienta de producción.

La formación universitaria del productor de contenidos periodísticos son los cimientos de una gran profesionalización, que debe ser construida a lo largo de la vida laboral con una formación continua de calidad.

La actitud del usuario en este tema es bastante buena pero siempre es mejorable. Como ya he comentado, existen perfiles que rehúsan a seguir voluntariamente esta formación, por ello, sería conveniente analizar este grupo y buscar soluciones optimas que lleguen a mejorar las estadísticas y sobre todo la calidad profesional del país.

Las empresas de producción de información, no todas valoran correctamente la formación actualizada de sus trabajadores. Es lógico y normal que la empresa mire los balances de beneficios y su excelencia, pero todo esto no tiene porque estar reñido a facilitar al trabajador una buena formación. Las causas por las que se suele aparcar esta formación continua a trabajadores es falta

²¹² En el plan de estudios de la UCLM se observa que tienen asignaturas de herramientas que actualmente son usadas por profesionales de la información, las redes sociales.

de presupuesto de formación además de que se implementa la visión incorrecta de que no es productivo que un trabajador este formándose en horario laboral.

Un productor que optimiza el uso de sus herramientas y que esta actualizándose produce más que uno que no lo hace, por ello la empresa puede asumir las horas de formación del trabajador, ya que recuperará esas horas en forma de cantidad y calidad producción a un corto o medio plazo, dependiendo de la destreza del usuario.

El papel de las asociaciones y colegios son cruciales para potenciar los nexos de unión entre trabajador, universidad y empresa. Todos deben llevar el mismo rumbo, conseguir una excelencia a través de buenos profesionales y buen producto informativo.

8.3.3 Conclusiones sobre el perfil del nuevo periodista: el productor de contenidos periodísticos digitales

El modelo de profesional del periodista ha evolucionado tanto en la demanda de sus actitudes como en la especialización de su labor profesional.

Se entiende por área de especialización un campo concreto de la información dentro del cual un periodista tiene capacidad para desarrollar su trabajo de forma fiable, pero con una estrategia operativa. Para ello cualquier área de especialización tiene que tener una dimensión planificada (determinar cuáles temas se tratan, campos sobre los que se tiene que tratar) para que el periodista pueda tratarla entera.

En todas las áreas especializadas dentro del medio de comunicación existe una parte común y objetivo. La parte común es la que está integrada por la forma, principios y actividades del medio de comunicación y el objetivo es asegurar la línea editorial de ese medio de comunicación y de su periodicidad.

Curiosamente al realizar las metodologías de investigación me he encontrado con que un 68% de los profesionales encuestados a nivel nacional consideran que están sufriendo paulatinamente una especialización en herramientas digitales, dejando atrás los métodos productivos tradicionales. Entre el 32% que no opinan positivamente, cabe destacar que la mayoría de los perfiles son de franja de edades entre los 50 y los 65 años, siendo este grupo quienes más reacios son a la hora de reconocer o enfrentarse a los cambios que se realizan en sus herramientas de producción.

Con los tiempos que corren, ser reacios a las evoluciones de los perfiles laborales no llevan a ninguna parte, e incluso deterioran la profesión. Creo que se deberían tomar medidas para que reduzca drásticamente ese 32%, y conseguir así una unión ideológica de evolución profesional, sin excusas de edades. Para ello, hay que tomar medidas desde la empresa y las asociaciones, en la primera creando planes de formación y apoyo, y en las asociaciones facilitando toda la información a las empresas y a los asociados.

Con esta digitalización de las labores periodísticas, el perfil del profesional está cambiando. Pero este cambio, debería acompañarle un cambio de nombre al profesional de esta información

digitalizada. Por ello, he querido sugerir el nombre de *Productor de Contenidos Periodísticos Digitales* (PCPD).

Este PCPD se diferencia del concepto antiguo del periodista porque se le han asignado nuevas actitudes y especialidades.

Las nuevas actitudes que se le demandan al profesional son conocimientos informáticos e infografía. Dentro de los conocimientos informáticos hay que resaltar los de nivel básico de programación web y los de manejo de herramientas de edición audiovisual. La infografía es una disciplina que ayuda al PCPD a elaborar una información de forma intertextual, yendo más allá de la información textual. Autores como Alberto Cairo y Jaime Serra, apuestan por una convergencia de periodismo e infografía, el infoperiodismo.

El infoperiodismo se incluye en esas nuevas especialidades además del periodismo electrónico, blogger, entre otros que ya he expuesto en el bloque correspondiente. Y entre todas las nuevas especialidades, el infoperiodismo es la que más importancia tiene en cuando a su argumentación en uso y debido a las extensas posibilidades de expresión informativa. Esta especialidad, hace que se confiera al consumidor un mayor grado de accesibilidad y usabilidad a la información, a causa de la posibilidad de ofrecer una opción intertextual para aumentar la comprensión del mensaje de la información por parte del usuario.

La crisis económica que estamos sufriendo es una de las principales enfermedades del periodismo. La progresión del desempleo en desde el 2007 ha sido de un preocupante 200%. A nivel nacional, ya se superan los 3000 periodistas parados de larga duración que no consiguen volver al ámbito laboral. Por otro lado, curiosamente, el 64% de parados totales a nivel nacional son mujeres, y esto está íntimamente relacionado a que en la facultad se están formalizando más matriculaciones por mujeres que de hombres. Las franjas de edades son las de 25 a 29 años por la búsqueda del primer empleo y la de 30 a 39 años por la afección de expedientes de regulación de empleo o cierres de empresas de comunicación. En Córdoba se registra el 1% de parados a nivel nacional, mientras que Sevilla tiene casi un 6% y a nivel autonómico tenemos aproximadamente un 15%. Estas terribles cifras, sugieren a gritos una solución para que de momento no se incrementen, y una vez conseguido por ello, comiencen a bajar. Partimos de que la crisis lleva consigo una reducción de actividad económica, por lo que la venta de publicidad y otros métodos de financiación se ven mermados.

Si la situación externa a la empresa de comunicación ha cambiado, habrá que estudiar los posibles cambios dentro de ella para adaptarse a la nueva situación, dejando como último recurso el decremento de recursos humanos. Se tendrá que hacer un cambio creativo y eficaz en el modelo de negocio, optimización en los flujos de trabajo, fortalecer la comunicación interna, entre otras medidas que hagan que no se deje morir. El producto publicitario también debe enfrentarse a una metamorfosis, no solo en cuando al modelo de venta sino a su morfología.

Pero no sólo la empresa y la publicidad son las que deben cambiar para adaptarse, sino que también se debe de hacer de una forma individualista en el PCPD, tanto el profesional activo como el desempleado, deben mantener al día su formación continua así como también valorar las formas de aumentar su producción y tener predisposición a evolucionar.

Para enfrentarse a la crisis, la solución no es caer en la tentación de apoyarse en la excusa de la situación sino adaptarse a ella de una forma seria, eficaz y profesional.

8.4 Conclusiones sobre contenidos periodísticos digitales y tecnologías de la información.

8.4.1. La convergencia como herramienta de evolución.

La convergencia digital en los centros de producción se instaura desde visiones o perspectivas: la empresarial, la tecnológica, la profesional y la comunicativa.

-Empresarial: Se debe insistir en dinamizar y optimizar los flujos de comunicación interna, sin descuidar lo demás.

-Tecnológica: Insistir en la corrección de la mentalidad de inversión de en la producción y difusión, y potenciar en la usabilidad y accesibilidad de fuentes de información y el aumento de dinamismo en flujo de la misma a nivel interno. La producción de un buen material informativo viene condicionada por una buena materia prima informativa y un buen profesional.

-Profesional: El productor de contenidos periodísticos digitales debe insistir en la formación. Según los resultados de las encuestas y el resto de metodologías aún existe algo de ignorancia en las redacciones sobre sus herramientas, su uso y que finalidad tienen estos recursos digitales en el periodismo. Se debe impulsar desde un ámbito personal del productor y por otro lado, desde las empresas de comunicación un compromiso de planificación formativa que mejore el nivel de reciclaje del profesional, con ello obteniendo un aumento de calidad del producto final en un corto o medio plazo.

-Comunicativa: Existe una demanda por parte de los nuevos medios y de los consumidores en generar nuevas formas de presentación de la información. Esto requiere un trabajo extra para los productores que deben de sacar partido de las ventajas y potencias de las redes digitales con la finalidad de desarrollar formatos informativos que aprovechen todo lo que se pueda esas utilidades. Las estrategias creativas de comunicación pueden llegar a conseguir que no solo aumente el nivel de accesibilidad y usabilidad de la información, sino que con ello capten a los jóvenes de ahora que no tienen un entendimiento pleno de lo que son los productos informativos.

La clave está en tres factores: una buena estrategia de planificación, una inversión en innovación en tecnología y comunicación, y por último, una formación actualizada de los recursos del productor de contenidos periodísticos digitales.

8.4.2. Sistemas operativos y aplicaciones. No es oro todo lo que reluce.

En la investigación sobre la idoneidad de sistemas operativos para el PCPD me he encontrado que el más utilizado por los usuarios estudiados en las metodologías, es Microsoft Windows, pero no ello es el sistema operativo más usable. Todo lo contrario, estudios como el que ya indique de Nielsen, le otorga una baja calificación en su evaluación.

El sistema operativo con mayor grado de usabilidad y accesibilidad es Linux. De hecho, se están llevando a cabo proyectos como el sistema SiestaTV.

Por otro lado, tenemos que software de código libre puede hacer que la integración con cualquier sistema sea más óptimo que un software propietario, gracias a las múltiples librerías de código libre que sirven de herramientas para poder comunicar esa aplicación con el sistema.

Actualmente, la idea de implementar un software libre con un kernel de Linux, es una utopía. Porque en el mercado informático actual, el software propietario y sistemas operativos como Microsoft Windows tienen casi el monopolio, y no interesa o no se ha contemplado un modelo de explotación de software de código libre junto con sistemas Linux a un nivel más generalizado. Puede que para dar el paso al uso de este conjunto informático libre, habrá que focalizar la rentabilidad en la integración y soporte, además de la formación de las ventajas de la operatividad de estos.

8.4.3. Fuentes de información.

Las conclusiones derivadas de las fuentes de información las voy a clasificar en dos aspectos, dispositivos e interface de recepción de fuentes de información y tratamiento del flujo de la información que proviene de las mencionadas fuentes.

Hemos visto que los dispositivos de fuentes de información tienen varias limitaciones que merman los grados de accesibilidad y usabilidad. Esto tiene como consecuencia, que la experiencia del usuario no sea agradable y además afecta a la calidad del producto final. El número actual de dispositivos que el profesional dispone para la recepción de esa información es elevado, y esto conlleva que le aumente el tiempo de consulta a razón del número de dispositivos. A mayor número de dispositivos, mayor tiempo que se tiene que invertir y, en consecuencia, se reduce el tiempo destinado al siguiente punto que es el de producción para no excedernos en el tiempo total de recepción del consumidor. Si tenemos un tiempo establecido en consonancia con la demanda del usuario final, tendremos que optimizar tiempos tanto en la recepción como en la producción. Pero si realizamos una mayor optimización de tiempo en el proceso de recepción de fuentes podemos utilizarlo para la producción, por lo que aumentaríamos la calidad del producto sin salirnos de los márgenes temporales demandados por los consumidores. Por lo tanto, se necesita una reducción de dispositivos de recepción de fuentes de información.

Además de la necesidad de esta reducción de dispositivos, tenemos algunas limitaciones como es la de movilidad que se deben subsanar, ya que en algunos casos, el profesional debe volver al puesto de trabajo para poder realizar las correspondientes consultas sobre la información recibida. Es el caso de dispositivos como es el fax u ordenadores de sobremesa. Y para sumar deficiencias en accesibilidad, la mayoría de dispositivos no tiene posibilidad de ser adaptativos a cualquier diversidad o limitación.

En cuanto al interface que se utiliza para la recepción de información tenemos los software propietarios de recepción de teletipos, mails y redes sociales. Los software que han sido evaluados, en general, han mostrado problemas de usabilidad en cuanto a botones por no tener un buen tamaño, un correcto etiquetado de información sobre el mismo, separación entre botones, no tener una consistencia en la navegación de la consulta quedando fijos las

herramientas más importantes de la aplicación. Y por otro lado, problemas de limitaciones de accesibilidad, en cuanto a la configuración de la colorimetría y formato de los teletipos. He detectado que se utilizan colores como es el rojo que afecta a los profesionales con problemas cromáticos y por otro lado, en el formato, se dificulta la modificación del tamaño de los menús y texto para usuarios con otros problemas visuales.

Las redes sociales, en especial, las redes Twitter que es usada por un 68% de los encuestados nacionales y un 74% de los locales, son y pueden llegar a ser una gran herramienta como fuente de información, pero tenemos también diversos problemas que generan deficiencias de accesibilidad y usabilidad. Estos problemas son que no existe una catalogación visual de las fuentes, se tiene a una falta de contraste de información además del rumoreo gratuito y por último, los inconvenientes del multiacceso a varias redes sociales para recibir la información, al no integrarse en un mismo timeline, se debe navegar a través de cada uno de los timeline independientes.

Todo estos problemas de accesibilidad y usabilidad tanto en los dispositivos como en las aplicaciones van a afectar al tratamiento del flujo de la información. Por tanto, es recomendable que utilicemos una clase de normalización que se aplique tanto a dispositivos como al flujo de información que se va recibir.

Esa normalización deberá reducir el número de dispositivos de recepción, incluso unificándolo en uno solo además de poder formatear la información recibida para poder realizar preclasificaciones. Recordemos que tanto las normativas UNE-ISO 5127²¹³ como la ISO 8879²¹⁴ así como algunos manuales²¹⁵ referidos a documentación no clarifican ni aportar con detalle un procedimiento para poder clasificar la información referida en los teletipos u otros medios.

Se ha justificado una necesidad general de optimización de recursos y del flujo de la información, y en este caso, la solución más viable es una normalización especializada en fuentes de información²¹⁶.

8.4.4 Herramientas de producción.

El sistema operativo más utilizado es el Microsoft Windows, pero como hemos visto, no tiene porque ser el sistema operativo más vendido el mas usable y accesible. En este punto también se recomienda sistemas operativos que generen mayor grado de estos parámetros, un sistema operativo Linux o que posea su kernel.

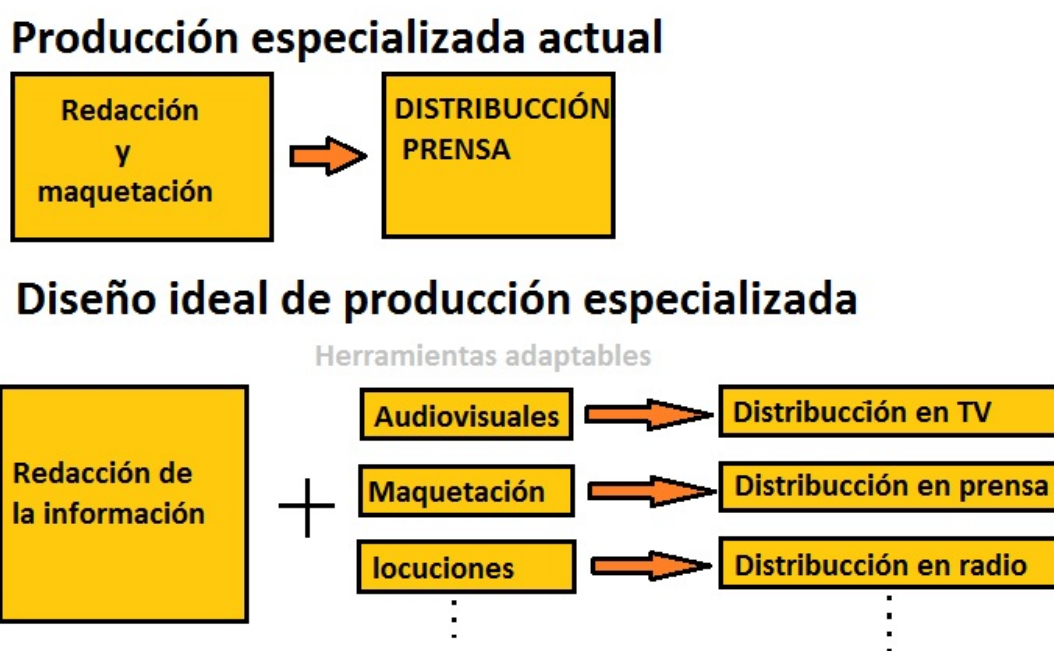
²¹³ Norma española UNE-ISO 5127 (2010). *Información y Documentación Vocabulario*, Madrid: Aenor, comité 50.

²¹⁴ Norma ISO 8879. Information processing-Text and office systems-Standard Generalized Markup Language (SGML)

²¹⁵ López Yepes, Jose y Osuna Alarcón, M.R. Manual de Ciencias de la Información y Documentación. Ed. Pirámide. 2011

²¹⁶ I-normalización. Ver en el bloque de aportaciones.

En cuanto al software de producción, me he encontrado las mismas deficiencias de accesibilidad y usabilidad que las fuentes de información. Pero además hay que sumar que los diseños de software están especializados en el medio que trabajan, y se muestran poco adaptativos a la integración de nuevas herramientas que les permita acceder a otras plataformas de distribución. Por ejemplo, un software dedicado exclusivamente a prensa escrita tiene herramientas para escribir, maquetar e incluso para insertar fotos y videos. Pero no suelen tener la posibilidad de poder editar a estos últimos con la finalidad de poder utilizar la información escrita para la producción audiovisual.



Gráfica 107. Diseño actual y diseño ideal de producción. Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, en el hardware de producción tenemos un déficit de accesibilidad ya que el mayor porcentaje de dispositivos usados para la producción informativa son los pc de sobremesa. Para este punto del flujo del trabajo se necesita un mayor grado de optimización de accesibilidad y usabilidad, ya que no se debe crear una idea de estanqueidad y sedentarismo en cuanto al puesto de trabajo. Si el productor tiene que ir a cubrir un evento a una distancia de 200 kilómetros y tener que regresar a contrarreloj para su producción y posterior difusión, necesita una mayor accesibilidad durante ese trayecto. Este aumento de accesibilidad no lo va a tener un dispositivo que no tiene cualidades de movilidad. Se necesita un dispositivo con movilidad.

Si se tiene movilidad, se tiene accesibilidad, por lo tanto reduciremos el tiempo de producción y, a consecuencia, el tiempo de recepción del producto final al consumidor. Y si a eso le añadimos una conectividad en el dispositivo, se reduciría aún más. Esto se traduce en una optimización de trabajo y de su calidad, así como a la empresa le reporta beneficios. Ya sea un ámbito local o nacional, se debe invertir en herramientas de producción portátiles y con conectividad. En cuando a sus características ideales, he elaborado un listado con ellas teniendo en cuenta las necesidades de estas y los grados de accesibilidad y usabilidad.

8.4.5 Medios de consumo actuales de información

Las tendencias de consumo de la información hacen que las herramientas del PCPD deban adaptarse a ellas. Por tanto, tiene sentido no perder de vista a estas para conseguir futuros diseño que hagan que sean óptimos en el tratamiento de la información.

A día de hoy hemos visto que existen tres tipos de medios de consumo: Convencional, no convencional y medios convergentes. Estos últimos es el resultado de la convergencia de características de medios convencionales y no convencionales.

En los medios convencionales tenemos que la televisión es el medio con mayor impacto. Los canales temáticos son los que más audiencia están dando. En cuanto a canales de televisión generalistas hay que resaltar que Telecinco y La1 son los que acumulan los shares más altos dentro de esta clasificación pero resalta la audiencia de la información en las TV autonómicas, teniendo en cuenta su ámbito de emisión.

He englobado dentro de los medios de comunicación no convencionales a los recursos que nos ofrece la internet. En comparación con los medios convencionales, hemos visto que la evolución en 15 años del porcentaje de penetración ha sufrido un constante ascenso con una pendiente 45,6 puntos de diferencia. Es el medio con mayor progreso en penetración que se ha dado en la última década.

Todos los medios, tanto convencionales como no convencionales, se han visto inmersos en una inevitable evolución tecnológica. En este crecimiento se da una convergencia en la que características de un medio y de otro se han unido para crear otro nuevo medio innovador, los medios de comunicación convergentes.

Los problemas que se está dando con esta tecnología es que, en España, no disponemos de una infraestructura de tecnología como la 4G²¹⁷ que haga posible poder llevarse estos dispositivos a cualquier lado y poder disfrutar de toda la calidad de los formatos de que dispone. Y es en los grados de accesibilidad y usabilidad es donde se ubican algunos puntos débiles. Para ellos ya están en marcha varios proyectos en los que colabora el Grupo de Investigación EATCO de la Universidad de Córdoba, como son la IPTV3D3I y el kit IFreeSIN²¹⁸.

8.5 Conclusiones sobre el futuro.

El periodista actualmente está sometido a una gran demanda de cantidad y calidad de información por parte de los consumidores a un nivel multiplataforma, a parte de ciertos condicionantes externos como es el paro, la economía, etc. Esto hace que su perfil actual deba sufrir metamorfosis en ciertos aspectos y que se demande una adaptación a la evolución de las nuevas tecnologías aplicadas a las herramientas profesionales. Se apunta a que en un futuro, el periodista

²¹⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil_4G

²¹⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/IFreeTablet>

dejará de ser tal y como se conoce actualmente, y pasará a denominarse productor de contenidos periodísticos digitales, con unas nuevas características de formación. Estas características se basarán en idiomas, nuevas tecnologías aplicadas a las herramientas profesionales del sector, conocimientos multimedia además de la infografía.

La tecnología actual de las herramientas de producción y recepción se caracteriza por ser multiplataforma. El periodista puede recibir la información de sus fuentes a través de varios medios y dispositivos. Y la producción informativa se realiza para diversos medios o plataformas de distribución. Se puede prever que en el futuro el concepto de integración será muy importante, ya que el concepto que tenemos hoy de dispositivo físico que se usa como herramienta de producción se verá transformado en aplicación. Los dispositivos actuales serán integrados en uno solo que tendrá las funciones de todos. Como ejemplo similar tenemos que hace una década, teníamos el navegador GPS y el teléfono móvil, y actualmente tenemos ambos dispositivos se han integrado en teléfonos que llevan integrados navegadores GPS.

Como se ha demostrado en este estudio, a día de hoy, aún hay camino por andar para la optimización de la accesibilidad y la usabilidad en la información. Pero si se consigue un seguimiento y un firme compromiso para mejorar estos parámetros, llegará el día en que la definición de ambos tendrá que ser actualizada o puede que eliminarse debido a que llegue a un grado superlativo. Sería ideal que se pueda manejar una información 100% usable y accesible.

BLOQUE IX. APORTACIONES Y LINEAS ABIERTAS.

9.1 Introducción.

Ya sabemos de la gran importancia que tiene la información en nuestras vidas y lo importante que es el tratamiento del flujo de la misma para conseguir una buena calidad y cantidad informativa. La información es educación, y por lo tanto, cultura. En bloques anteriores he analizado desde una perspectiva accesible y usable los aspectos de la información periodística y todo lo que le rodea, como el productor de contenidos periodísticos digitales, la tecnología de producción y recepción así como las tendencias de consumo informativo.

He trazado un vector con las coordenadas de partidas fijadas en el presente y las coordenadas finales, teniendo en cuenta con anterioridad el vector pasado y presente. Dando con ello algunas pistas de lo que puede ser el futuro de la información periodística y lo asociado a ella.

Ahora teniendo en cuenta las conclusiones indicadas en el último bloque voy a proceder a exponer las aportaciones de este estudio y definir las posibles líneas abiertas para futuras investigaciones.

9.2 Aportación de las definiciones de usabilidad y accesibilidad aplicadas al flujo de la información.

- La usabilidad de la información es la medida del grado de eficacia, eficiencia y rapidez con la que la información permite alcanzar un grado determinado de conocimiento del contenido, un determinado grupo de usuarios y un determinado lugar de entrega.
- El diseño debe estar centrado en el usuario, por tanto la normativa que más se puede adaptar a esta situación es la ISO 13407 con los siguientes puntos a cumplir:
 - Entender y especificar el contexto de uso de la información
 - Especificar los requisitos del productor de contenidos y de la empresa de comunicación.
 - Producir varias opciones alternativas en el diseño.
 - Contrastar si el diseño propuesto cumple con los requisitos del usuario

APLICACION DE LA NORMA ISO 13407 AL USO DE LA INFORMACIÓN



Gráfica 108. Aplicación de la norma 13407 al uso de la información. Fuente: Elaboración propia

- La accesibilidad a la información es el grado de nivel de posibilidades de poder a ser accedidas y usadas por el mayor número de productores de contenidos digitales o consumidores, indiferentemente de las limitaciones propias de cada usuario o de las derivadas del contexto de uso de la información.
- La formalidad de la definición de accesibilidad de tecnologías de la información periodística es afín a la norma UNE 139802.

9.3 Aportaciones sobre accesibilidad y usabilidad en el flujo de la información periodística.

9.3.1 Aportación de las deficiencias actuales de usabilidad y accesibilidad aplicadas al flujo de la información.

- La demanda de mucha cantidad de información por parte del consumidor, y no teniendo el profesional de la información un grado óptimo de estos parámetros de estudio, hacen que la calidad del mensaje no sea la deseada.
- Si existen deficiencias usables y accesibles en la recepción de fuentes de información, el tiempo de producción se verá reducido y por lo tanto, también se reducirán las posibilidades de que el profesional elabore un producto con la redacción lingüística deseada.
- He detectado problemas de usabilidad en botones de aplicaciones de recepción de fuentes y de producción de la información. No cumplen con las medidas mínimas de superficie y de separación entre ellos.

- En algunas aplicaciones se han detectado problemas de la consistencia, es decir, la posibilidad que ciertas opciones o/y botones se repitan en el escritorio del programa, facilitan o pueden facilitar su navegabilidad entre los teletipos o entornos de producción. Por tanto, no dotará el software, de la facultad suficiente a los usuarios para poner en marcha sus aprendizajes previos así como le permite dotarse de pautas de actuación más o menos cómodas a la hora de interactuar con el interface.
- La movilidad de las herramientas del productor de contenidos periodísticos digitales es crucial para la adaptación a ritmo de demanda de información por parte del consumidor. Esta cualidad unidas a la autonomía de los dispositivos, ligereza, conectividad y posibilidad de integración de dispositivos /software adaptativos hacen que aumente la accesibilidad. A consecuencia de esto, se reduce el tiempo de consulta de fuentes y producción.
- A día de hoy, el profesional de la información tiene problemas de accesibilidad para consultar la información de sus fuentes, ya que para consultar algunas de ellas, si están fuera de la empresa, deben de volver a ella para realizar dicha consulta.
- La *técnofobia*, es una limitación que está tomando cada vez más protagonismo, y se está dando sobre todo en las franjas de edad de 40 a 65 años. Lleva asociadas unas consecuencias que pueden ser graves para el profesional de la información, ya que esa fobia hace que su formación tecnológica se estanque y no avance al ritmo que la evolución de sus herramientas, afectando a la producción de la información, y claro está, a la empresa.
- La reticencia del uso de tecnología no sólo se debe ligar a la *técnofobia*, sino a la desidia. La mayoría de los usuarios reticentes al uso de tecnologías reconocen que es por desidia debida a factores como el de falta de formación continua sobre ellas.
- El idioma también se ha convertido en un problema de accesibilidad a la hora de acceder a las fuentes de información o de cara a afrontar una producción de información de lengua no castellana.
- Las limitaciones visuales que me he encontrado han sido la miopía asociada al astigmatismo, la presbicia y las de ámbito cromático.
- Los fabricantes de aplicaciones periodísticas centran sus diseños en la demanda de consumo pero no se suelen centrar en los profesionales en cuanto a necesidades de uso.
- De los tres puntos del flujo de trabajo expuestos en este estudio, la recepción y consulta de las fuentes de información es el que más refuerzo necesita, ya que si se optimiza ese proceso, se le puede asignar más tiempo al proceso siguiente de producción o reducir el tiempo de recepción del producto final al consumidor.

- Se están aumentando el número de dispositivos para recepción de fuentes de información, y con ello, se está reduciendo el tiempo de producción a causa del tiempo que se invierte en consultar todas.
- La información de las fuentes de información recibida por los dispositivos actuales no ofrece una catalogación formal a la hora de la consulta del profesional. Y con formal me refiero siguiendo unos patrones establecidos por una normativa específica.

9.3.2 Aportación de soluciones para la optimización de la usabilidad y accesibilidad aplicada al flujo de la información.

- Se mejorará la calidad de la información si el PCPD dispone un grado óptimo de usabilidad y accesibilidad de sus herramientas, le conferirá mayor temporalidad para la redacción de su información. Aumentan las posibilidades de mejora de redacción y lingüística del texto.
- Se debe cambiar en líneas generales la mentalidad de las empresas de comunicación, deberían apostar por las convergencias, por la inversión en la actualización de las herramientas del PCPD desde la perspectiva de usabilidad y accesibilidad, además por una formación continuada de sus trabajadores.
- Si se cambia la mentalidad de las empresas de comunicación, los fabricantes de herramientas se verán obligados, no solo a innovar a nivel de nuevas funciones sino que esas funciones sea usables y accesibles para todos los usuarios.
- El modelo de negocio se debe adaptar a la situación actual de la economía desarrollando nuevas líneas de ingreso e incluso buscar un nuevo producto publicitario más asequible y con la misma efectividad o si se puede, mayor.
- Para aumentar el grado de usabilidad y accesibilidad a la información de las fuentes haría aplicar de forma genera una serie de convergencias y normalizaciones. De estas necesidades apporto un nuevo concepto de normalización: la I-normalización²¹⁹, aplicada tanto a las herramientas como a la información en sí.

9.4 Aportaciones al Productor de Contenidos Periodísticos Digitales

Comencemos pues con las aportaciones relacionadas con el profesional de la información, el productor de contenidos periodísticos digitales. Por un lado veamos que aportaciones se pueden dar para la parte formativa

²¹⁹ Ver Anexo 14

9.4.1 Aportaciones históricas de la accesibilidad y usabilidad del flujo de la información periodística.

- En el pasado, el nivel de ofertas de productos informativos era en comparación bastante mayor que la demanda de la población, mientras que en nuestros días la producción no llega a satisfacer la demanda.
- Existe una progresión positiva en cuanto a la valorización del concepto de la información y se están creando nuevas temáticas.
- Actualmente, el consumidor quiere la máxima información posible, en cualquier lugar, en cualquier momento y lo más asequible posible.
- Históricamente, la progresión de los grados de accesibilidad y usabilidad en la información no han sido óptimos. Puesto que lo ideal es que estos grados se hubiesen tenido más en cuenta en el diseño de las herramientas del periodista, y se adaptasen correctamente a la demanda del consumidor al ritmo de la evolución de las Tics, no ha sido así. Como consecuencia, se está ofreciendo más cantidad de información que calidad en la información.

9.4.2 Aportaciones en la formación universitaria del PCPD.

- Un 71% de los profesionales que se encuentran en activo a nivel nacional, poseen una titulación universitaria de Periodismo, mientras que un 12 % está ejerciendo con otra titulación y un 5% no posee ninguna titulación universitaria.
- En el caso de Córdoba, tenemos un 70% de titulados en Periodismo, un 23% tiene otra titulación universitaria mientras que un 7% no tiene ninguna titulación universitaria.
- 1999 es el año con más titulados en Periodismo que se ha dado en España, un total de 4084.
- Se acerca a la mitad del total de matriculados, un 41 %, que piensan que la calidad de enseñanza que recibe es regular y un 14% opina que es mala. Un 60% tiene una opinión negativa de la calidad de la formación universitaria en España.
- Hay poca practicidad de los contenidos en la carrera, se reclaman más prácticas externas.
- El porcentaje de contenido de tecnología en los planes de estudio de las universidades estudiadas esta entorno al 22-23% de su contenido total.
- Puesto que cada universidad tiene sus planes de estudio y sus contenidos, es muy complicado que todas las universidades unifiquen los mismos contenidos en los planes de estudio del Grado de Periodismo. Por ello, la solución que propongo es la del refuerzo formativo de estas herramientas tecnológicas en un postgrado de productor de contenidos

periodísticos digitales²²⁰ en las que se pueda especializar más al profesional y adaptar más esa formación a la evolución de las TICs.

9.4.3 Aportaciones en la formación continua del PCPD.

- El porcentaje de profesionales encuestados que no llevan una formación continua a nivel nacional es de más de la mitad, un 61%. Y de esa cantidad un 75% es formación no proporcionada por la empresa de comunicación, y de ese porcentaje, aproximadamente la mitad tiene como contenidos las nuevas tecnologías. Sin embargo, en el caso de Córdoba sólo un 36% de los encuestados no llevan una formación continua. De los que la llevan esa formación, el mismo porcentaje que a nivel nacional, tienen que buscarla fuera de la empresa y un 70% es de temática de nuevas tecnologías.
- La formación continua del profesional del periodismo debe compaginarse con la vida laboral y personal. Por ello, la mejor opción es la formación no presencial.
- La metodología más adecuada para esa formación continua es la U-learning, permite “trasladar el aprendizaje fuera del aula hacia distintos ambientes de la vida cotidiana apoyado en una tecnología flexible, invisible y omnipresente que nos provee la información que necesitamos en todo momento”²²¹ Las principales ventajas del u-learning son:
 - Permanencia
 - Accesibilidad
 - Usabilidad
 - Inmediatez
 - Interactividad
 - Inmersión
 - Adaptabilidad

Con esta metodología ubicua asociada a un dispositivo portátil con conectividad además de un servicio de tutorías, hace que el profesional pueda realizar sus cursos de formación continua²²² desde cualquier sitio, no tiene la necesidad que estar en su puesto de trabajo o desplazarse a la empresa de formación.

- Dados los bajos porcentajes de oferta formativa continua que ofrece la empresa de comunicación a sus profesionales, se deberían tomar medidas como:
 - Reforzar la idea de un aumento de producción si se invierte en una formación de calidad.
 - Planes de formación para empresas accesibles económicamente
 - Los colegios u asociaciones deberían asesorar más a las empresas en materia de formación.

²²⁰ Ver Anexo 15

²²¹ Morfi, M. *U-Learning aprendizaje donde quieras que estés*. 2011

²²² Anexo 16

9.5 Aportaciones a las herramientas del Productor de Contenidos Periodísticos Digitales.

9.5.1 Presentación de una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de centro de gestión de fuentes de información provincial (ampliable a un ámbito autónomo o estatal).

- Como proposición analítica funcional y orgánica de un nuevo centro de gestión de fuentes de información a nivel provincial aporte al Peryco Center²²³.
- En el Peryco Center se aplica la fase de I-normalización²²⁴ de la información recibida de las fuentes. Utilizamos un formato de texto compatible, texto plano o XML, este último compatible con CMS²²⁵. Estos sistemas, basados en el estándar XML, permiten desvincular la forma del contenido, por lo que la publicación en distintas plataformas físicas (diario impreso) o digitales (web, WAP, PDA, PDF, TV interactiva, etc.) se facilita y agiliza.
- El grado de accesibilidad y usabilidad en este sistema llegaría a ser bastante más óptimo que cualquier flujo de trabajo actual, ya que con el proceso de I- Normalización en las fuentes se consigue un ahorro notable de tiempo.
- Si se consiguen esos niveles, tendremos beneficios en la satisfacción del productor, en el aumento de cantidad y calidad de la información, disminución de gastos para la empresa de comunicación además de que puede ofrecer un producto con más beneficios económicos.
- Peryco Center puede ser una buena apuesta para el cambio de mentalidades de las empresas de comunicación para obtener beneficios con la inversión en tecnología y realizar convergencias empresariales.
- Peryco Center es un flujo adaptable hacia la distribución hacia los nuevos medios convergentes de consumo.

²²³ Ver Anexo 17

²²⁴ Ver Anexo 14

²²⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system

9.5.2 Presentación de una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de hardware y software de herramienta única para el periodista.

- Como proposición analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de herramienta de producción a nivel provincial aporte al Peryco Client²²⁶. Una herramienta que cumple los requisitos de los usuarios y subsana algunos puntos débiles de las actuales herramientas.
- Al igual que la otra propuesta sobre el modelo de gestión de la información de las fuentes, el Peryco Client lleva consigo un buen grado de usabilidad y accesibilidad desde el hardware hasta el software.
- El uso del Peryco Client hace que la empresa disminuya los gastos (desplazamientos, hardware, etc.) y aumente beneficios al tener disponible un producto informativo de calidad y multiplataforma para su distribución.
- Su mayor rendimiento se podría dar cuando se implemente en España la tecnología 4G para que los anchos de banda sean mayores y así reducir el tiempo de transmisión.

9.5.3 Presentación y justificación de una propuesta de integración de la información actual en sistemas de aprendizaje ubicuos y en otros sistemas de información.

Partiendo de las aportaciones anteriores de I-Normalización se han realizado varias propuestas de uso del producto informativo *inormalizado* integrándolo en:

- Sistemas de aprendizaje en entornos ubicuos con ejemplos en lenguajes de *Moodle* o *HTML5*
- Sistemas audiovisuales *broadcast* encapsulándolos en la *metadata* de los ficheros que albergan media tipo MXF o AAF.

Estos estudios se han realizado en el periodo de estancia internacional en Cuba y que han dado como resultado alguna publicación y ponencia²²⁷.

9.6 Líneas abiertas

9.6.1 Entorno legal del productor de contenidos periodísticos audiovisuales.

Crear una propuesta de competencias y perfil laboral desde un ámbito legal. Delimitando sus atribuciones y pudiendo considerar punible cualquier intrusismo en las mismas.

9.6.2 Sistema pedagógico para evitar tecnofobias y desidia como causa del rechazo a la formación de profesionales de la información

La *tecnofobia* y la *desidia* son limitaciones encontradas en mi investigación y que actualmente se ve incrementada según avanzan las tecnologías de la información. Desde la supervisión de

²²⁶ Ver Anexo 18

²²⁷ Ver Bloque X

profesionales de la pedagogía, habría que estudiar los casos y buscar soluciones para reducir o eliminar las estadísticas actuales.

9.6.3 Ampliación de los modelos de propuestos del centro de gestión de fuentes de información de nivel provincial a autonómico o estatal.

Diseño de la ampliación de este modelo a nivel autonómico y estatal teniendo en cuenta las necesidades del usuario y sin conseguir un decremento en los grados de accesibilidad y usabilidad a la información.

9.6.4 Integración al modelo de centro de gestión y herramientas un sistema audiovisual. Ingesta, sistema compartido temporal y archivo.

Crear un diseño de la recepción y vinculación de material audiovisual por parte de las fuentes de información en el Peryco Center además de cumplir los criterios de I-Normalización y los siguientes procesos de catalogación y gestión de contenido.

BLOQUE X BIBLIOGRAFIA

Publicaciones realizadas en el campo

Se han realizado diversas publicaciones, a nivel nacional e internacional, en revistas indexadas en INRECS, DOAJ y Latinindex:

Rodrigo, M.A., De Castro, C. (2013) La información digital actual, un nuevo modelo de contenido educativo para un entorno de aprendizaje ubicuo. RED, Revista de Educación a Distancia. Núm. 39 . ISSN 1578-7680

Rodrigo, M.A. , De Castro, C., Flebes, A. (2013) *Aplicación del proceso de I-Normalización en la producción y gestión de la información periodística digital actual*. RCCI, Revista Cubana de Ciencias Informáticas. Vol.8 núm. 2 ISSN 2227-1899

También se ha realizado alguna ponencia como :

Rodrigo, M.A. , De Castro, C., Flebes, A. *La información digital, un nuevo modelo de contenido educativo para un entorno de aprendizaje ubicuo. II Jornadas iberoamericanas sobre aplicaciones y usabilidad de la TV digital interactiva. Córdoba. Septiembre 2013*

Bibliografía.

Asamblea General de NACIONES UNIDAS, "Resolución aprobada por la Asamblea General 52/82. Aplicación del Programa de Acción Mundial para los Impedidos: Hacia una sociedad para todos en el siglo XXI," 1998.

Atkinson P and Coffey A, *Analysing documentary realities, in D Silverman (Ed) Qualitative Research: Theory, Method and Practice (London: Sage) pp. 56-75, 2004*

Becker, Howard S. "The relevance of Life Histories", pág 217-219, 1970

Becker, H. S., & Geer, B. *Participant observation and interviewing: a comparison. Human Organization*, págs. 28-32, 1957

Daniel Bell, *The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting* (traducción: Advenimiento de La Sociedad Post-Industrial). NewYork: Basic Books, 1973, ISBN: 842062198

Bevan, N.; Kirakowski, J.; Maissel, J. , *What is Usability?. Proceedings of the 4th International Conference on HCI*, Stuttgart, Elsevier, September 1991

Bossert,J, "Quality Fnction Deployment: A Practitioner´s Approach", ASQC Quality Press, Wisconsin, 1991

Cairo, Alberto. *Infografías 2.1* .Ed. Alamut 2011.

- Coles R. *"Migrants, Sharecroppers, Mountaineers, Volume 2 of Children of Crisis"* 1971
- Cottle, T. J., *The Voices of School: Educational Issues through Personal Accounts*, pag 32-35, 1973
- Cottle, T. J., *The Voices of School: Educational Issues through Personal Accounts*, pag 73-74, 1973
- Dalton, Melville. *"Preconceptions and Methods , In Men who Manage"*, en P.E. Hammond, Sociologist at Work, Nueva York, Basic Books, pág 6-66, 1964
- De Castro, Carlos. *El futuro de las tecnologías digitales aplicadas al aprendizaje de personas con necesidades educativas especiales*. Revista ReD Revista de Educación a Distancia. Número 32. Pág. 18-21
- Del Sanz Nuria. *Periodistas ciegos del Siglo XXI*. 2006
- Deutscher, I.: *"Looking backward: Case studies on the progress of methodology in sociological research"*, The American Sociologist, 4 (febrero), 34-42, 1969.
- Díaz Nosty, Bernardo , *La mejora de la práctica docente en Comunicación Periodística*. Málaga, UMA, 1998
- DE PABLOS, José Manuel: *"Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía"*. Ed. Síntesis, Madrid, págs. 78-83, 1999
- Douglas; Jack D. *"Investigative Social Research"*, pág 107-110, 1976
- Farias Batlle, P., *"Reflexiones sobre la disciplina de Empresa Informativa en el conjunto de los estudios de Comunicación"*, en *Reflexiones en torno a la libertad de empresa informativa*. Madrid, UCM, 2006
- Fernández Sebastián, *Historia del Periodismo Español*, Editorial Síntesis, Madrid, 1997
- Folmer, E., Bosch, J. , *Architecting for usability: a survey*. En: Journal of Systems and Software, v. 70, n. 1-2. pp. 61-78, Febrero 2004
- Fonoll J. y Sacco A. *"Accesibilidad de los sistemas operativos Windows y Linux"*. Consejería de Educación de Murcia. Ed. UPCT. 2008
- Fundación Vodafone, *"TIC y Dependencia. Estudio de opinión"*, Madrid, 2007.
- Geer, B. *"First Days in the Field. In issues in Participant Observation"*, pag 135-142, 1969
- Glaser, B. y A. Strauss. *"The Discovery of Grounded Theory"* , pág 71-85, 1967
- Glaser, B. y A. Strauss. *"The Discovery of Grounded Theory"* , pág 93-94, 1967
- Goetz, J. P. y LeCompte, M. D., *Etnografía y Diseño Cualitativo en Investigación Educativa*. España: Morata, 1998

- Hartson, H.R. , *Human-computer interaction: Interdisciplinary roots and trends*. En: Journal of Systems and Software, v. 43, n. 2, pp. 103-118, Noviembre 1998
- Hassan Montero, Y. et al. (2004). *Arquitectura de la Información en los entornos virtuales de aprendizaje. Aplicación de la técnica de Card Sorting y análisis cuantitativo de los resultados*. En: El Profesional de la Información, 2004, marzo-abril, v. 13, n. 2, pp. 93-99.
- Hurtado, L. I. y Toro, G. J.,. *Paradigmas de investigación. En tiempos de cambio*. 3ra Edición. Venezuela: Espíteme Consultores Asociados, C.A, 1999
- Hurtado de B., J., *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: Fundación Sygal, 1998
- ISO 9241-11. (1998). *Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDT)s - Part 11 Guidance on usability*, 1998.
- Joseph S. Dumas and Janice (Ginny) Redish. , *"A Practical Guide to Usability Testing"* pag 17-19, 1999
- Klockars, C.B.:*"Field ethics for the life history"*, en R.S. Weppner (comp.), *Street Ethnography*, Berverly Hills, Sage, págs. 201-226, 1977.
- López Yepes, Jose y Osuna Alarcón, M.R. *Manual de Ciencias de la Información y Documentación*. Ed. Pirámide. 2011
- Martin, J. et McClure, C: *"Software maintenance: The Problem and Its Solution"* Pag.214, 1983
- Martínez, M. , *La investigación cualitativa etnográfica en educación: manual teórico-práctico*. 3ª Edic., México: Trillas, 1998
- Martínez, M. , *Paradigma emergente, hacia una nueva teoría de la racionalidad científica*. Barcelona: Gedisa, 1993
- Martínez, M. ,*El Comportamiento humano. Nuevos métodos de investigación*. México: Trillas, 2004
- Martínez, M., *Ciencia y [Arte](#) en la Metodología Cualitativa*. México: Trillas, 2004
- MeAC - *Measuring Progress of eAccessibility in Europe.Assessment of theStatus of eAccessibility in Europe. Main Report"*, 2007
- Norma española UNE-ISO 5127 (2010). *Información y Documentación Vocabulario*, Madrid: Aenor, comité 50.
- Norma ISO 8879. *Information processing-Text and office systems-Standard Generalized Markup Language (SGML)*
- Norman, D. A.; Draper, S. W. (Eds.) (1986). *User centered system design: New perspectives on human-computer interaction*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Nussbaum y Neff *"I can't work this?jj# @ Thing"* 1991

Alejandro Pizarroso Quintero, *Historia de la prensa*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 1994

Maria Puy, "*Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para personas con discapacidad intelectual*", Universidad Pública de Navarra, Pamplona, 2009.

Rex Hartson et Pardha S. Pyla "*The UX Book: Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience*" pag 33, 1993

T Nicholson, *Finding the shortest route between two points in a network* (1966)

Ramón Salaverría, *Nueva profesión, el periodista digital*, Español, doctor en Periodismo, Director del Laboratorio de Comunicación Multimedia (MMLab), Universidad de Navarra, editor del portal E-Periodistas

Rosenfeld, L.; Morville, P. (2002). *Information Architecture for the World Wide Web. 2nd edition*. ISBN 0-596-00035-9. 2002.

Spradley, J. P., *Participant observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1980

Schwartz, H. y Jacobs J., *Sociología cualitativa*. Venezuela: Trillas, 1984

Taylor S. J. et Bogdan R. *Introducción a los métodos cualitativos*. Tercera Edición. Editorial Paidós, pág 31-35, 2000

Taylor S. J. et Bogdan R. *Introducción a los métodos cualitativos*, Tercera Edición, Editorial Paidós, pág 102, 2000

UIT, "Declaración de Principios. Construir la Sociedad de la Información: Un desafío global para el nuevo milenio. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información", Ginebra 2003- Túnez 2005.

UIT, "Plan de Acción. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información", Ginebra 2003 - Túnez 2005

UIT, Compromiso de Túnez. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Ginebra 2003 - Túnez 2005, 2006

Van Maanem J. "Qualitative methodology", pag 192-193, 1979

Williams, Sam (2002). *Free as in Freedom: Richard Stallman's Crusade for Free Software*. ISBN 0-596-00287-4

Zimmerman, D. H., & Wieder, D. L. "The diary interview method. Urban Life", pag.479-499, 1977

Comisión Europea, *Iniciativa de la Comisión para el Consejo Europeo extraordinario de Lisboa de 23 y 24 de marzo de 2000: eEurope - Una sociedad de la información para todos*, 2000

Comisión Europea, *Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones* i2010 - Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo, 2005

Enlaces de internet:

http://geocities.com/conocer_el_periodismo/index.htm

www.conocimientosweb.net

www.eaccessibility-progress.eu

<http://mipagina.cantv.net/lisandrob/interest.htm>

www.wikipedia.org

www.wikilearning.com

www.ucm.es

<http://www.icarito.cl>

Vera V., L. (2007). *La investigación cualitativa*. Documento en línea.

Disponible en: [cd=1&gl=ve](#)

Floría Cortés, A. (2000). Recopilación de Métodos de Usabilidad . SIDAR.

Disponible en: <http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/visitable/Herramientas.htm>

Garret, J.J. .(2002). Un vocabulario visual para describir arquitectura de información y diseño de interacción .

Disponible en: <http://www.ijg.net/ia/visvocab/spanish.html>

Hassan Montero, Y. Martín Fernández, F.J. (2003a). Guía de Evaluación Heurística de sitios web .

Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>

Hassan Montero, Y. Martín Fernández, F.J . (2003b). Que es la Accesibilidad Web .

Disponible en: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm>

Hassan Montero, Y. Martín Fernández, F.J. (2003c). Método de test con usuarios .

Disponible en: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test_usuarios.htm

Nielsen, J. (1994a). Ten Usability Heuristics .

Disponible en: http://www.useit.com/papers/heuristic/heuristic_list.html

Nielsen, J. (1994b). Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier .

Disponible en: http://www.useit.com/papers/guerrilla_hci.html

Toub, S. (2000). Evaluating Information Architecture: A Practical Guide to Assessing Web Site Organization. ARGUS Associates.

Disponible en: http://argus-acia.com/white_papers/evaluating_ia.html

GVU. (1998). Gvu's Tenth WWW User Survey: Disability. Georgia Institute of Technology: Graphics Visualization & Usability Center. Octubre de 1998.

Disponible en:

http://www.gvu.gatech.edu/user_surveys/survey-1998-10/graphs/general/q12.htm

Henry, Shawn Lawton. (2002). Understanding Web Accessibility. En Constructing Accessible Web Sites. Glasshaus: April 2002. ISBN: 1904151000.

Disponible en:

http://www.macromedia.com/macromedia/accessibility/pub/acc_sites_chap01.pdf

Henry, Shawn Lawton (2003). Another –ability: Accessibility Primer for Usability Specialists. UPA (Usability Professionals' Association) 2003 Conference.

Disponible en: <http://www.upassoc.org/conf2003/call/downloads/01-Another-Ability.pdf>

INE. (2002). Encuestas sobre discapacidades, deficiencias y estado de la salud. En: Notas de Prensa. 5 de Junio 2002.

Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np249.doc>

Jackson-Sanborn, Emily et al. (2002). Web site accessibility: a study of six genres. En: Library Hi-Tech, Volume 20, nº 3, pp.308-317.

Disponible en: <http://www.emeraldinsight.com/0737-8831.htm>

Nielsen, Jakob. (2001). Beyond Accessibility: Treating People with Disabilities as People. Alertbox, 11 de Noviembre de 2001.

Disponible en: <http://www.useit.com/alertbox/20011111.html>

Sullivan, T., Matson, R. (2000). Barriers to Use: Usability and Content Accessibility on the Web's Most Popular Sites. Proceedings of the Conference of Universal Usability 2000.

Disponible en: <http://www.pantos.org/ts/papers/BarriersToUse.pdf>

US Census Bureau (1997). Census brief: disabilities affect one-fifth of all Americans. Diciembre de 1997.

Disponible en: www.census.gov/prod/3/97pubs/cenbr975.pdf

Vanderheiden, G. (2000). Fundamental Principles and Priority Setting for Universal Usability. En: Proceedings of Conference on Universal Usability (CUU) 2000, Association for Computing Machinery, pp32-38.

Disponible en: http://trace.wisc.edu/docs/fundamental_princ_and_priority_acmccu2000/

Real Academia de la Lengua Española. www.rae.es

Wikipedia. <http://es.wikipedia.org/>

E-Accesibilidad y usabilidad de contenidos digitales

[<http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/4330/tesisUPV2980.pdf?sequence=1>]

IFREE TABLETA

[<http://elsoftwarelibre.wordpress.com/2010/02/01/ipad-vs-ifree-tableta-con-software-libre>]

[<http://www.ifreetablet.es/>]

El caso Nestle: Otro fracaso de Relaciones Publicas en redes sociales

[<http://www.internetadvantage.es/blog/marketing-social/el-caso-nestle-otro-fracaso-relaciones-publicas-en-redes-sociales/>]

Un bulo con ninguna gracia

[http://www.diariocordoba.com/noticias/temadia/un-bulo-con-ninguna-gracia_670535.html]

Las redes sociales empobrecen el lenguaje

[<http://www.taringa.net/posts/info/10145299/Las-redes-sociales-empobrecen-el-lenguaje.html>]

Calidad AMD, <https://www.adm-ev.de>

Estándares de accesibilidad W3C,¹ <http://www.w3c.es/>

Google Drive, <https://drive.google.com/>

Bases de datos como Mysql, <http://www.mysql.com/>

Formato base de datos, [http://msdn.microsoft.com/es-es/library/9hw0fyyx\(v=vs.80\).aspx](http://msdn.microsoft.com/es-es/library/9hw0fyyx(v=vs.80).aspx)

Software profesionales SPSS, <http://es.wikipedia.org/wiki/SPSS>

Investigación cualitativa,
http://webdelprofesor.ula.ve/nucleotrujillo/luispe/index_archivos/page0004.htm

Estandarización ISO, <http://www.iso.org>

W3C, www.w3c.es

Aenor, www.aenor.es

Norma UNE, http://es.wikipedia.org/wiki/Norma_UNE

CEN, http://es.wikipedia.org/wiki/Comité_Europeo_de_Normalización

Inteco, <http://www.inteco.es/>

user friendly, <http://www.rae.es/>

Usabilidad Nielsen, http://es.wikipedia.org/wiki/Jakob_Nielsen

Normativa número 9241,
http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_ics/catalogue_detail_ics.htm?csnumber=50014&ICS1=35&ICS2=180

IEC , http://www.iso.org/iso/iec_guides.pdf

ISO 9241-11,
http://www.iso.org/iso/home/store/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=16883

DCU, http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_centrado_en_el_usuario

ISO 9241-151:2008, http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=37031

ISO 9241-210, http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=52075

ISO 13407, <http://zonecours.hec.ca/documents/A2007-1-1395534.NormeISO13407.pdf>

ISO 13407, http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=21197

ISO/IEC 9126, <http://iso25000.com/index.php/iso-iec-9126.htm>

ISO 14598, <http://normasdelsoftwaresena2012.blogspot.com.es/p/norma-iso-14598.html>

ISO/IEC 25000, <http://iso25000.com>

ISO 14598, http://www.ecured.cu/index.php/Norma_ISO/IEC_14598

Igualdad de Oportunidades, <http://www.un.org/esa/socdev/enable/dissres3.htm>

Normativa ISO/TC 16027,

http://www.inteco.es/wikiAction/Security/Observatory/security_legal_office/Encyclopaedia/Articulos/Accesibilidad_8

INE. (2002). Encuestas sobre discapacidades, deficiencias y estado de la salud. En: Notas de Prensa. 5 de Junio 2002. Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np249.doc>

US Census Bureau (1997). Census brief: disabilities affect one-fifth of all Americans. Diciembre de 1997. Disponible en: www.census.gov/prod/3/97pubs/cenbr975.pdf

Jackson-Sanborn, Emily et al.(2002). Web site accessibility: a study of six genres. En: Library Hi-Tech, Volume 20, nº 3, pp.308-317. Disponible en: <http://www.emeraldinsight.com/0737-8831.htm>

Sullivan, T., Matson, R. (2000). Barriers to Use: Usability and Content Accessibility on the Web's Most Popular Sites. Proceedings of the Conference of Universal Usability 2000. Disponible en: <http://www.pantos.org/ts/papers/BarriersToUse.pdf>

INE, <http://www.ine.es>

El Mundo, <http://elmundo.com.sv/ison-las-mujeres-mas-propensas-que-los-hombres>

CNOO, www.cnoo.es/

FEDAO, www.fedao.org/

Dislexia, http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/3/art_13.pdf

Accesibilidad en UNE 139803:2004, <http://www.inteco.es/file/rWv1Oqb051U>

UNE 139803:2004,

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Normativa/Descarga/DescargaUNE_139803/

CWA 15554:2006, http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Normativa/Descarga/norma_CWA

Desarrollo de la interfaz,

<http://nestor2.coventry.ac.uk/~pevery/m23cde/docs/1%20Usability%20in%20context.pdf>

Centac, <http://www.centac.es>

Soluciones e-accesibilidad, <http://www.eaccessibility-progress.eu>

u-learning,

http://www.virtualeducacaribe.org/index.php?option=com_content&view=article&id=131:conferencias-magistrales-y-paneles-abordaran-la-actualidad-educativa-desde-la-perspectiva-tecnologica-en-virtual-educa-caribe-2012&catid=30:vec-noticia-2012

T-learnig, <http://es.wikipedia.org/wiki/T-Learning>

T-Learning,

<http://www.funglode.org/Noticias/Detalledelart%C3%ADculo/tabid/82/smId/370/ArticleID/1545/reftab/70/Default.aspx>

Prima de Riesgo, <http://www.expansion.com/mercados>

EAJ-24, <http://telefonica.net/web2/radioescuchadx/radiocordoba.htm>

EAR-213, http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_C%C3%B3rdoba

Radio Córdoba, <http://www.radiocordoba.es/>

Community Managers, <http://www.marketingcomunidad.com/el-perfil-del-community-manager-%C2%BFintuicion-o-investigacion.html>

UCA, <http://www.uca.es/es/cargarAplicacionNoticia.do?identificador=5311>

Diario Córdoba, http://www.diariocordoba.com/noticias/opinion/con-excusa-de-crisis_738536.html

Twitter, <https://Twitter.com/>

Conferencias sobre Social Media , Tecnología y Formación online #7del7 “@nuriacarbo: #7del7_Crevillent toma la palabra una de las almas de @makamo_es “el reciclaje de un profesional es un ejercicio permanente”” http://www.makamo.es/makamo-en-el-7del7_crevillent/

Orbyt, <http://quiosco.elmundo.orbyt.es/>

El Cairo, http://es.wikipedia.org/wiki/El_Cairo

Diario el Mundo, <http://www.elmundo.es/papel/2004/04/15/espana/>

Copy Paste, <http://seoblog.es/listas-blancas-y-excepciones-de-google-y-bing/>

Alberto Cairo. (2011, July 25). *BuenasTareas.com*. Retrieved from <http://www.buenastareas.com/ensayos/Alberto-Cairo/2573922.html>

Infografías, <http://visualjournalism.com/infographics-and-the-brain-stephen-few/2011/03/25/>

Tortas, http://es.wikipedia.org/wiki/Gr%C3%A1fico_circular

Callejeros, <http://www.cuatro.com/callejeros/>

Polémicas Periodísticas, <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/la-apm-no-esta-dispuesta-a-tolerar-que-los-periodistas-trabajen-gratis>

Juan Varela, <http://periodistas21.blogspot.com.es/>

Periódico el País, <http://www.20minutos.es/noticia/1614319/0/claves/el-pais-prisa/ere-crisis/>

SEPE,

http://www.sepe.es/contenido/observatorio/ocupaciones/Grupo_P/2012_08/ESTUDIO_OCUPACIONES_P.pdf

UIT, Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Plan de Acción, 2004, Disponible en:

http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03WSIS-DOC-0005!PDF-S.pdf

Naciones Unidas, Objetivos de Desarrollo del Milenio, Disponible en:

<http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>

CMSI, <http://www.un.org/es/>

INE, www.ine.es

FSF, http://es.wikipedia.org/wiki/Free_Software_Foundation

Power PC, http://commons.wikimedia.org/wiki/File:PowerPC_G4e.png

Jakob Nielsen, <http://www.nngroup.com/articles/windows-8-disappointing-usability/>

Siesta, <http://www.cpmti.es/media/siesta.pdf>

Conexión 3G, http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil_3G

http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_mensajes_cortos “El servicio de mensajes cortos o SMS (Short Message Service) es un servicio disponible en los teléfonos móviles que permite el envío de mensajes cortos (también conocidos como mensajes de texto, o más coloquialmente, textos) entre teléfonos móviles que inventó un finlandés, Matti Makkonen junto al GSM en 1985. El SMS servía para teléfonos fijos y otros dispositivos de mano. SMS fue diseñado originariamente como parte del estándar de telefonía móvil digital GSM, pero en la actualidad está disponible en una amplia variedad de redes, incluyendo las redes 4G.”

Protecmedia, <http://www.protecmedia.com>

Booleanos,

<http://www.unav.es/adi/servlet/Web2?course=80972115&action=verWeb&pagina=68517>

Facebook, <https://www.facebook.com/>

LinkedIn, <https://es.linkedin.com/>

Periodismo ciudadano, http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_ciudadano

Actuación Periodística, <http://www.fape.es/codigo-deontologico.htm>

Noticias de Navarra, <http://www.noticiasdenavarra.com/2012/11/20/ocio-y-cultura/internet/la-muerte-del-rey-en-Twitter-trending-topic-en-espana>

El País, <http://blogs.elpais.com/defensor-del-lector/2012/04/bulo-en-Twitter.html>

Hootsuite, <http://hootsuite.com>

Knoppix booteable, <http://www.knoppix.org/>

Proyectos de Usabilidad, <http://eduangi.com/2010/02/05/ifreetablet-el-ipad-espanol-y-libre/>

Microsoft Word, <http://office.microsoft.com/es-es/word/>

Promovisa, www.promovisa.es

Apple,

<http://developer.apple.com/library/ios/documentation/userexperience/conceptual/mobilehig/MobileHIG.pdf> . Pág 95.

Microsoft, <http://go.microsoft.com/fwlink/?LinkID=183218>. Pág 38

CIDAT, <http://once.es>

Apagón Analógico, http://es.wikipedia.org/wiki/Apag%C3%B3n_anal%C3%B3gico

Prensa Rosa, http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_del_coraz%C3%B3n

Prensa Digital,

http://www.elmundo.es/elmundo/2012/01/21/andalucia_malaga/1327150117.html

Observatorio Bitácoras, <http://bitacoras.com/premios12/categorias/mejor-blog-periodistico>

United Explanation , <http://www.unitedexplanations.org/>

Escolar.net, <http://escolar.net/>

Hemisferio Zero, <http://hemisferiozero.com/>

4G , http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil_4G

QoS , <http://es.wikipedia.org/wiki/QoS>

IFreeSIN, <http://es.wikipedia.org/wiki/IFreeTablet>

SIMPLIT, <http://www.simplit.es/>

IPTV3D3I, <http://iptv3d3i.cpmti.es/>

Competencias, <http://www.misapisportuscookies.com/2013/02/el-community-manager-culto-y-sin-faltas-de-ortografia/>

Blogs, <http://www.apmadrid.es/images/stories/oferta%20novodistribuciones%281%29.pdf>

Periodista, <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2013/03/12/periodismo-ciudadano-existe-buen-periodismo-necesita-periodista/981189.html>

Lectores, <http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2012/10/20/juan-antonio-giner-prensa-periodistas-sufren-periodista-empresas-gestionadas-periodismo-incompetentes.shtml>

Publicidad, <http://www.prnoticias.com/index.php/television/846/20117629-el-consumo-de-la-tv-crece-aunque-el-negocio-esta-perdiendo-rentabilidad>

Arturo Pérez Reverte, <http://www.perezreverte.com/articulo/patentes-corso/695/sientate-aqui-chaval/>

Surround, <http://es.wikipedia.org/wiki/Surround>

PEJ, http://www.journalism.org/analysis_report/search_new_business_model

Juan Antonio Giner, <http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2012/10/20/juan-antonio-giner-prensa-periodistas-sufren-periodista-empresas-gestionadas-periodismo-incompetentes.shtml>

Ruido Rosa, <http://www.neoteo.com/el-grafeno-resuelve-problema-de-un-siglo>

Estudios, <http://www.news.cornell.edu/stories/Aug12/grapheneJunctions.html>

Sentidos, <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/03/17/comunicacion/1300382301.html>

Pensamientos Humanos, <http://www.muytranquilo.es/2012/01/crean-sensor-capaz-de-interpretar-el.html>

Estudios BBC,
http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/08/120830_audifonos_peligro_oido_men.shtml

IPTV3D3I, http://www.cpmti.es/media/iptv_3d3i.pdf

BLOQUE XI ANEXOS

ANEXO 0 Ejemplo de una de las encuestas realizadas online

DATOS PERSONALES (Página 1 de 5)

1.1 Email *

1.2 Edad *

- ☐ De 20 a 30 años
- ☐ De 30 a 40 años
- ☐ De 40 a 50 años
- ☐ De 50 a 60 años
- ☐ De 60 a 65 años
- ☐ Mayor de 65 años

1.3 Sexo *

- ☐ Hombre
- ☐ Mujer

1.4 ¿Qué nivel de formación tiene? *

- ☐ No universitaria
- ☐ Universitaria (Periodismo)
- ☐ Universitaria (Otra titulación)
- ☐ Postgrado en Periodismo
- ☐ Postgrado en otra especialidad
- ☐ Doctorado en Periodismo
- ☐ Otro:

Si ha elegido la opción "Universitaria(Periodismo)", indiquenos en que lugar y año finalizo sus estudios.

Si ha elegido la opción de "Universitaria (otra)" especifique que titulacion es?

1.5 ¿Cuántos años de experiencia tiene en el sector de los medios periodísticos? *

1.6 Empresa donde trabaja en la actualidad *

« Atrás

Continuar »

PERFIL DE PERIODISTA (Página 2 de 5)

2.1 ¿Ha recibido en los últimos seis meses algún curso de reciclaje profesional o formación continua? *

☐ Si

☐ No

En caso afirmativo, ¿Alguno se lo ha ofrecido su empresa?

☐ Si

☐ No

¿Era sobre el uso de algún software o tecnología aplicadas a su trabajo?

☐ Si

☐ No

2.2 En estos últimos años ¿cree que la evolución del perfil del periodista es tendente a una especialización en un determinada temática?

☐ Si

☐ No

2.3 ¿Cree que con la evolución de las TICs aumenta la demanda de cantidad de información por parte del consumidor? *

☐ Si

☐ No

¿Ha podido verse afectada la calidad de la información? *

- ☐ Si
- ☐ No

¿Cree que ha empeorado la calidad y su formato? *

- ☐ No
- ☐ Si

¿Se cuida menos el lenguaje y las expresiones primando la cantidad de información? *

- ☐ Si
- ☐ No

En la actualidad, ¿cree usted que el consumidor de información demanda más cantidad de información que calidad en la elaboración de la misma? *

- ☐ Se demanda más cantidad de información
- ☐ Se demanda más calidad en el mensaje.
- ☐ Se demanda más calidad y cantidad

« Atrás

Continuar »

3.1 Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en Microsoft Office *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en Microsoft Windows *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en Openoffice *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en Linux *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en Android *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en IOS *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en Programación C y C+ *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en navegación por Internet *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en routing *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

Elija del 1 al 5 su nivel de usuario de informática en motores de búsqueda de información por Internet? *

1 2 3 4 5

Ni idea ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Conocimientos plenos

3.2 ¿Utiliza software libre? *

- ☐ SI. Utilizo el siguiente software libre
- ☐ No, sólo utilizo software propietario
- ☐ Desconozco lo que es un software libre

En caso afirmativo, ¿que software libre utiliza?

**¿Qué tres medios utiliza más para recepcionar sus fuentes de información?
(Marque tres opciones) ***

- ☐ SMS
- ☐ Teletipos
- ☐ Fax
- ☐ Email
- ☐ Redes Sociales
- ☐ Otro:

3.3 ¿Qué tres dispositivos utiliza más para recepcionar sus fuentes de información?(Marque tres opciones) *

- ☐ Fax
- ☐ Teléfono fijo
- ☐ Teléfono móvil
- ☐ Teléfono móvil (con internet)/Smartphone
- ☐ Tablet
- ☐ Netbook
- ☐ Portatil
- ☐ PC sobremesa
- ☐ Otro:

3.4¿Utiliza las redes sociales como fuentes de información? *

- ☐ No
- ☐ Si

En caso afirmativo, ¿me podría marcar que red social es la que más suele utilizar como fuente de información? (Marque una opción)

- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ LinkedIn
- ☐ Google +
- ☐ Tuenti
- ☐ Otro:

¿Qué opina del papel de las redes sociales en el mundo del periodismo? (Marque una opción) *

- ☐ No es útil para el periodismo.
- ☐ No es contrastable su información.
- ☐ Tanta información sin control, genera rumores y "desinformación".
- ☐ Es una buena herramienta si se utiliza correctamente por parte del usuario.
- ☐ Es una buena herramienta de comunicación social pero no para periodismo.
- ☐ Muy útil para el periodismo y genera calidad.
- ☐ Otro:

¿Qué herramienta de software es más utilizada por usted para producir su información? (Marque una opción). *

- ☐ Inews
- ☐ Adobe Illustrator
- ☐ Microsoft Word
- ☐ Openoffice Writer
- ☐ Dalet
- ☐ Otro:

[« Atrás](#)

[Continuar »](#)

4.1 ¿Tiene algún problema en la visión? Marque una o varias respuestas.

- ☐ Miopía
- ☐ Hipermetropía
- ☐ Astigmatismo
- ☐ Daltónico
- ☐ Presbicia
- ☐ No tengo ningún problema en mi vista
- ☐ Otro:

¿Algún problema auditivo? Marque una respuesta *

- ☐ No, no tengo ningún problema
- ☐ Si, tengo pérdida de audición pero lo tengo corregido.
- ☐ Si, algo de pérdida de audición sin corregir aún.
- ☐ Otro:

¿Tiene usted alguna otra deficiencia física por la cual necesite alguna adaptación para el uso sus herramientas de producción? *

- ☐ Si
- ☐ No

En caso positivo, ¿las nuevas tecnologías han mejorado su sistema de trabajo?

- ☐ Si
- ☐ No

Se denomina Tecnofobia al miedo o reticencia injustificada al hecho de enfrentarse al uso de nuevos avances tecnológicos. ¿Se considera que podría sufrirla en algún grado? *

- ☐ No, pero quizás tenga algo de desidia en cuanto a su uso.
- ☐ Si, tengo tecnofobia.
- ☐ No tengo, me adapto a los avances tecnológicos sin problema.
- ☐ No tengo, al contrario me considero amante de las nuevas tecnologías.

4.2 ¿Qué dispositivo es el que usa con más frecuencia para recepcionar la información de sus fuentes?

- ☐ Fax
- ☐ Tablet
- ☐ Móvil
- ☐ PC
- ☐ Otro:

¿Tiene autonomía sobre el dispositivo? *

- ☐ No
- ☐ Si

¿Se le presenta alguna dificultad al utilizarlo? *

- ☐ Si
- ☐ No

¿Queda definida cual es el titular y cual es el contenido de la información que recibe de sus fuentes? *

☐ No

☐ Si

En ocasiones, ¿le puede llegar a sobrecargar de información? *

☐ Si

☐ No

¿A usted se le presenta problemas al acceder a esa información desde cualquier localización geográfica? *

☐ Si

☐ No

¿Se le presenta problemas al acceder a esa información a causa del idioma? *

☐ Si

☐ No

¿Se le presenta problemas al acceder a esa información a causa de problemas de red o cobertura? *

☐ Si

☐ No

A día de hoy , marque las características de como sería su dispositivo ideal de recepción de fuente de información. (Marque una o varias opciones)

- ☐ Pequeño
- ☐ Pantalla de 7" - 10"
- ☐ Pantalla de 14" - 15,6"
- ☐ Pantalla de más 15,6"
- ☐ Con descargas de app gratuitas
- ☐ Que se pueda leer bien
- ☐ Posibilidad de buscar información histórica sobre alguna temática
- ☐ Unificación de fuentes .Que en el mismo dispositivo se pueda recepcionar los teletipos, fax, mails con información de sus fuentes.
- ☐ Acceso a redes sociales
- ☐ Navegador GPS
- ☐ Cámara
- ☐ Videoconferencia
- ☐ Con menús intuitivos y ágiles.
- ☐ Tecnología 3G
- ☐ Reproducción de audio y video
- ☐ Grabación de voz (para recoger totales o entrevistas)
- ☐ Sistema operativo Linux
- ☐ Sistema operativo Mac
- ☐ Sistema operativo Android
- ☐ Sistema operativo Microsoft
- ☐ Me da igual el sistema operativo
- ☐ Pantalla táctil
- ☐ Con teclado y ratón

5.1 Futuro del perfil del periodista. (Marque la opción que más se acerca a lo que opina)

- ☐ Será un profesional con el mismo perfil que tiene ahora
- ☐ Será un profesional que cada vez se especializará en una determinada temática
- ☐ Será un profesional que cambiará su concepto actual de periodista, se especializará en una temática determinada y cambiará a ser productor de contenidos periodísticos digitales.
- ☐ Será un profesional cuyo perfil terminará en la extinción.
- ☐ Otro:

5.2 Futuro de la información ¿Mantendrá la morfología actual? ¿Mantendrá la calidad en los tratamientos de la misma? (Marque la opción que más se acerca a lo que opina).

- ☐ No mantendrá la morfología, existirá más demanda de información, donde primará en su producción, el titular de la información producida y quedará en un segundo plano opcional el desarrollo ampliado de las misma.
- ☐ No mantendrá la morfología, existirá un aumento de demanda de información pero sin una normalización de las fuentes de información, no se dispondrá de tiempo para el tratamiento y ampliación de información , manteniendo una mínima calidad.
- ☐ Si, mantendrá la misma morfología ya que la demanda de información por parte del consumidor esta llegando a los límites máximos y por tanto, se mantendrá en los estandares de calidad actuales.
- ☐ Si mantendrá la misma, cambiarla seria totalmente inviable.
- ☐ No la mantendrá. Todo tiene que evolucionar incluida la morfología. Por ello, es importante que exista una normalización de fuentes de información y además que la herramienta de producción se adecue a la calidad del producto final.
- ☐ Otro:

5.3 Futuro de la tecnología de la información ¿Cómo cree que serán los dispositivos en los que el usuario podrá recepcionar la información? ¿Qué tecnología podrían tener un periodista?

- ☐ Creo que las claves del futuro de la tecnología de la información son la usabilidad y la accesibilidad , tanto a nivel de fuentes de información como de herramientas de producción. Fusionándose ambas cosas en un mismo dispositivo.
- ☐ Evolucionarán por separado , la tecnología de fuentes de información como por otro lado las de producción. No sería factible la unión de dichas tecnologías en un mismo dispositivo , ya que afectaría a la producción de forma negativa.
- ☐ El aumento de demanda de información , la importancia de la usabilidad y accesibilidad a dispositivos y a las fuentes de información, hará que cambie el concepto de dispositivo en si, llevándonos a una idea que actualmente parecería ciencia ficción. La recepción , filtrado, producción y envío lo hará el ser humano en cualquier lugar.
- ☐ Las dos tecnologías (fuentes de información y herramientas de producción) evolucionarán por separado. Cuya velocidad irán marcadas por las necesidades del productor de contenidos digitales y del consumidor final.

[« Atrás](#)[Enviar](#)

ANEXO 1 Nota informativa sobre la aplicación de la ley de protección de datos de los resultados de las encuestas.

. INFORMACIÓN EN CUMPLIMIENTO DE LO ESTABLECIDO EN LA LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

1. PRINCIPIO DE INFORMACIÓN

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante, LOPD), le informamos de modo expreso, preciso e inequívoco que los datos facilitados por usted a través de los formularios dispuestos al efecto en nuestra encuesta o en cualquier otro canal de recogida de los mismos, así como los que se generen durante su relación con nuestra entidad, serán objeto de tratamiento en los ficheros responsabilidad de la Universidad de Córdoba, debidamente notificados en el Registro General de la Agencia Española de Protección de Datos, con la finalidad del mantenimiento y cumplimiento de la relación del destinatario del servicio con nuestra entidad y prestación de servicios derivada de la misma.

Así mismo, en cumplimiento de lo establecido en la citada LOPD y en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (en adelante, LSSI-CE), le informamos que sus datos podrán ser utilizados con la finalidad de enviarle comunicaciones de cortesía relacionadas con nuestra entidad a través del correo electrónico.

2. PRINCIPIO DEL CONSENTIMIENTO

El consentimiento para el tratamiento de sus datos con las finalidades descritas en el apartado anterior se entenderá prestado a través de la marcación de la casilla correspondiente dispuesta al efecto en esta encuesta.

3. CARÁCTER OBLIGATORIO DE LOS DATOS SOLICITADOS

La cumplimentación de todos y cada uno de los campos que aparecen en los formularios dispuestos al efecto en nuestra página web tiene carácter obligatorio (en caso contrario, aparecerán marcados con un asterisco los campos que tengan carácter obligatorio). La negativa a facilitar sus datos llevaría aparejada la imposibilidad del mantenimiento y cumplimiento de la relación del destinatario del servicio con nuestra entidad, ya que los mismos son necesarios para la prestación de servicios derivada de la misma.

4. PRINCIPIO DE CALIDAD DE LOS DATOS

El destinatario del servicio será el único responsable de la veracidad y exactitud de los datos aportados, actuando Universidad de Córdoba de buena fe como mero prestador del servicio.

En el supuesto de que el destinatario del servicio facilite datos falsos o de terceras personas sin mediar su consentimiento para ello, responderá personalmente frente a la Universidad de Córdoba, los afectados o interesados, Agencia Española de Protección de Datos y, en su caso, autoridades autonómicas de protección de datos, de las responsabilidades derivadas de dicha circunstancia.

Universidad de Córdoba no recoge datos de personas menores de catorce años a través de su página web. En el supuesto de que una persona menor de catorce años facilite sus datos a través de los formularios dispuestos al efecto en nuestra página web o en cualquier otro canal de recogida de los mismos, se procederá a su destrucción inmediata en el mismo momento en que se tenga conocimiento de tal circunstancia.

Con la finalidad de dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 4.3 de la LOPD, el destinatario del servicio se compromete a comunicar a la Universidad de Córdoba los cambios que se produzcan en sus datos, de forma que respondan con veracidad a su situación actual en todo momento.

5. HERRAMIENTAS DE SEGUIMIENTO DE LA NAVEGACIÓN

Nuestra encuesta puede utilizar herramientas de seguimiento de la navegación a través de la misma y dirección IP del destinatario del servicio, con la finalidad de mejorar y garantizar la prestación de servicios y el funcionamiento técnico de la misma.

6. PRINCIPIO DE SEGURIDAD DE LOS DATOS

Universidad de Córdoba se compromete al cumplimiento de su obligación de secreto respecto de los datos de carácter personal y de su deber de guardarlos y adoptará todas las medidas de índole técnica y organizativa necesarias que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, habida cuenta del estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que estén expuestos, ya provengan de la acción humana o del medio físico o natural, desarrolladas en el Título VIII del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

7. EJERCICIO DE DERECHOS

En cumplimiento de lo establecido en la LOPD y el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la misma, el destinatario del servicio puede ejercitar, en cualquier momento, sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición ante el responsable del fichero o del tratamiento, adjuntando fotocopia de su DNI.

8. RESPONSABLE DEL FICHERO O DEL TRATAMIENTO

El responsable del fichero o del tratamiento es Universidad de Córdoba, con dirección a efectos de notificaciones en Avd. Medina Azahara, 5 14071 Córdoba

Si desea que sus datos no sean tratados o cedidos con fines publicitarios o promocionales, por favor rellene el [modelo de solicitud de ejercicio del derecho de cancelación](#), que deberá acompañar con una fotocopia de su DNI o documento equivalente que acredite su identidad y remitírnoslo a doctorado@uco.es.

Modelo de solicitud de ejercicio del derecho de cancelación

Universidad de Córdoba

Avd. Medina Azahara, 5

14071 Córdoba

D.....

Calle, n.º, Localidad

C.P., Provincia

EXP...../2011

Córdoba, a..... de de 2011

Muy Sr. Nuestro,

En contestación a su manifestación registrada en nuestra universidad con fecha , en la que declara expresamente su negativa al tratamiento o comunicación de sus datos con fines publicitarios o promocionales, le comunicamos que sus datos no serán tratados o cedidos con fines publicitarios o promocionales.

Asimismo, en contestación a su escrito igualmente registrado en nuestra universidad con fecha, en el que solicita la cancelación de sus datos tratados en nuestros ficheros, le comunicamos que para poder cursar su derecho de cancelación es necesario que acompañe a su solicitud fotocopia de su DNI o documento equivalente que acredite su identidad y sea considerado válido en derecho.

En este sentido, el artículo 25 del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, establece que el ejercicio de los derechos deberá llevarse a cabo mediante comunicación dirigida al responsable del fichero, que contendrá:

- Nombre y apellidos del interesado; **fotocopia de su documento nacional de identidad, o de su pasaporte u otro documento válido que lo identifique** y, en su caso, de la persona que lo represente, o instrumentos electrónicos equivalentes; así como el documento o instrumento electrónico acreditativo de tal representación. La utilización de firma electrónica identificativa del afectado eximirá de la presentación de las fotocopias del DNI o documento equivalente.

- Petición en que se concreta la solicitud.

- Dirección a efectos de notificaciones, fecha y firma del solicitante.

- Documentos acreditativos de la petición que formula, en su caso.

Asimismo, le adjuntamos modelo de solicitud de ejercicio del derecho de cancelación para acompañar a la fotocopia de su DNI o documento equivalente que acredite su identidad y sea considerado válido en derecho.

Una vez subsanados los citados requisitos procederemos a atender su solicitud de cancelación.

Por último, le rogamos haga referencia al número de expediente que figura en la carta en cualquier comunicación posterior que desee realizar.

Atentamente,
Servicio de Atención al ejercicio de derechos LOPD
Universidad de Córdoba

C. DERECHO DE CANCELACIÓN.

C.1. EJERCICIO DEL DERECHO DE CANCELACIÓN (1)

DATOS DEL RESPONSABLE DEL FICHERO (2)

Nombre / razón social: Universidad de Córdoba Dirección de la Oficina / Servicio ante el que se ejercita el derecho de cancelación: Universidad de Córdoba, Código Postal: 14071, Localidad: Córdoba, Provincia: Córdoba

DATOS DEL AFECTADO O REPRESENTANTE LEGAL (3)

D. / D^a., mayor de edad, con domicilio en la C/Plaza nº....., Localidad Provincia C.P. Comunidad

Autónoma con D.N.I....., del que acompaña copia, por medio del presente escrito ejerce el derecho de cancelación, de conformidad con lo previsto en el artículo 16 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y en los artículos 31 y 32 del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la misma y en consecuencia,

SOLICITA,

Que se proceda a acordar la cancelación de los datos personales sobre los cuales se ejercita el derecho, que se realice en el plazo de diez días a contar desde la recogida de esta solicitud, y que se me notifique de forma escrita el resultado de la cancelación practicada.

Que en caso de que se acuerde dentro del plazo de diez días hábiles que no procede acceder a practicar total o parcialmente las cancelaciones propuestas, se me comunique motivadamente a fin de, en su caso, solicitar la tutela de la Agencia Española de Protección de Datos, al amparo del artículo 18 de la citada Ley Orgánica 15/1999.

Que si los datos cancelados hubieran sido comunicados previamente se notifique al responsable del fichero la cancelación practicada con el fin de que también éste proceda a hacer las correcciones oportunas para que se respete el deber de calidad de los datos a que se refiere el artículo 4 de la mencionada Ley Orgánica 15/1999.

Ena.....de.....de 20.....

Firmado

ANEXO 2 Carta solicitud de acceso al medio de comunicación.

Estimada dirección del Centro:

Nos ponemos en contacto con usted desde el departamento de Doctorado de la Universidad de Córdoba solicitándole la colaboración de su centro para recolección de datos estadísticos con la finalidad de la elaboración de parte de la tesis del doctorando D. Miguel Angel Rodrigo Alonso. La temática de la misma está basada en Tics y Periodismo, por lo que estudios sería sobre el perfil del periodista.

En principio, esta colaboración se realizaría durante el periodo de dos meses desde su aceptación. Las actividades a realizar serían:

- Trabajo de campo de observación
- Realización de encuestas
- Entrevistas a trabajadores.

Antes de realizar cualquiera de ellos, se le informará a la dirección del centro y acordarán el mejor momento de realizarlo.

Tanto los datos recogidos de estas actividades en este centro, así como los recogidos en otros centros para realización de las estadísticas, se le aplicarán las leyes de protección de datos pertinentes, garantizando el anonimato y la seguridad de la información.

En caso de que estén interesados, pónganse en contacto con el doctorando para concretar todo. Su mail es miguelangelrodrigo@gmail.com y su teléfono es 605162357.

Sin otro particular, reciba mi agradecimiento por su atención y un cordial saludo.

Dr. D. Carlos de Castro

Dtor. Línea de investigación

ANEXO 3 Titulados entre 1976 y 2011

TITULADOS ENTRE 1976 Y 2011	
AÑO	Nº TITULADOS
1976	559
1977	703
1978	1157
1979	1130
1980	815
1981	1023
1982	879
1983	867
1984	694
1985	1109
1986	1486
1987	1639
1988	1626
1989	1775
1990	1851
1991	1827
1992	2244
1993	2129
1994	2282
1995	2309
1996	2760
1997	3216
1998	3649
1999	4084
2000	3268
2001	2831
2002	3053
2003	2629
2004	2591
2005	2742
2006	2370
2007	2601
2008	2669
2009	2819
2010	2906
2011	3054

ANEXO 4 Plan de Estudios de la Universidad Complutense de Madrid en el curso 1989-1990

Carga Lectiva Global: 326 créditos

PRIMER CICLO

PRIMER CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Tecnología de la Información Escrita	Troncal	6
Teoría de la Comunicación	"	6
Historia Universal Contemporánea	"	6
Teoría General de la Publicidad	"	6
Lengua Española	"	8
Principios de Economía	Obligatoria	6
Estructura de la Comunicación	"	4
Introducción a las Ciencias Jurídicas	"	4
Teoría General de la Imagen	"	6

SEGUNDO CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Redacción Periodística y de la Comunicación Colectiva	Troncal	6
Teoría de la Información	"	6
Sociología	"	4
Fundamentos de las Relaciones Públicas	"	6
Tecnología de los Medios Audiovisuales	"	6
Historia de la Comunicación Social	Obligatoria	6

Análisis de Textos	"	4
Estructura Social	"	4
Fundamentos Psicosociales de la Información	"	4

TERCER CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Información Audiovisual	Troncal	6
Documentación	"	6
Historia de España Contemporánea	Obligatoria	4
Historia del Pensamiento Político y Social Contemporánea	"	4
Marketing	"	4
Movimientos Literarios Contemporáneos y Periodismo	"	6
Teoría y Práctica de la Redacción Periodística I	"	6

ASIGNATURAS OPTATIVAS DE PRIMER CICLO

ASIGNATURA	CRÉDITOS
La Prensa en el Sistema Educativo	4
Los Soportes en la Comunicación del Texto Literario	4
Crítica Literaria: Metodología	4
Historia de la Representación Escénica	4
Movimientos Artísticos Contemporáneos	4
Arte Español Contemporáneo	4
Economía Mundial	4
Economía de España	4
Comunicación Interpersonal	4
Análisis Textos Periodísticos I: El Relato	4
Escritura y Tipografía	4
Tecnología del Libro	4
Comunicación en las Comunidades Europeas	4

Empresas Informativas y su Relación con los Sistemas Políticos	4
Estructura Constitucional y Organización del Estado en España	4
Instituciones Comunitarias	4
Influencia Sociocultural de las Nuevas Tecnologías de la Información	4
Semiótica de la Comunicación de Masas	4
Comunicación Política	4
Historia del Cine Informativo	4
La Lengua Española en el Periodismo	4
Crítica de Arte	4
Economía de la C.E.	4
Instituciones Profesionales del Periodismo	4

CUARTO CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Teoría y Práctica de la Redacción Periodística II	Troncal	4
Teoría y Técnica de la Información Audiovisual I: Radio	"	6
Organización y Gestión de las Empresas Informativas	"	6
Fundamentos de la Información Periodística Especializada	"	6
Tipografía y Diseño Gráfico	"	6
Teoría y Análisis del Mensaje Periodístico	"	4
Historia del Periodismo Universal	"	6
Derecho de la Información I	"	4
Métodos y Técnicas de Investigación I	Obligatoria	4
Estructura y Sistema de la	"	4

Información		
Opinión Pública	"	6
MATERIAS OPTATIVAS		12
CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACIÓN		6
TOTAL		74

QUINTO CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
La Especialización Periodística por Áreas y Medios de Comunicación	Troncal	6
Edición y Producción	"	6
Derecho de la Información II	"	4
Teoría y Práctica de la Redacción Periodística III	Obligatoria	4
Ética y Deontología de la Información	"	6
Relaciones Internacionales	"	6
Métodos y Técnicas de Investigación II	"	4
Teoría y Práctica de la Dirección de la Empresa Informativa	"	6
Teoría y Técnica de la Información Audiovisual II: Televisión	"	6
Historia del Periodismo Español	"	6

ASIGNATURAS OPTATIVAS DE SEGUNDO CICLO

ASIGNATURA	CRÉDITOS
Análisis de Textos Periodísticos II: El Comentario	4
Periodismo de Investigación	4
Estilística Aplicada en el Periodismo Actual	4
Información Política	4
Información Económica	4
Información Deportiva	4
Información Cultural	4

Información Científica y Técnica	4
Información sobre Salud y Medioambiente	4
Información sobre Educación y Sociedad	4
El Color en la Prensa	4
Dirección de Arte en Comunicación Escrita e Impresa	4
Agencias Informativas	4
Información Audiovisual en las Empresas e Instituciones	4
Diseño y Producción de Programas Informativos en Radio y Televisión	4
Información y Desarrollo	4
Empresa Informativa de Medios Impresos	4
Empresa Informativa en Radio y Televisión	4
Empresa de Agencias de Información	4
Concentración Informativa y Libertad de Empresa	4
Historia de la Propaganda	4
Historia del Periodismo Iberoamericano	4
Sociología de la Cultura	4
Sociología de la Comunicación	4
Periodismo de Precisión	4
Sociología de la Comunicación en las Organizaciones	4
Literatura Española del Siglo XX	4
Literatura Universal del Siglo XX	4
Literatura Hispanoamericana Contemporánea	4
Literatura y Periodismo Contemporáneos	4
Documentación Periodística	4
Fotografía Informativa	4
Vídeo Empresarial e Institucional	4
Regulación Jurídica de la Documentación	4
Relaciones Internacionales de Europa Central y Oriental	4
Relaciones Internacionales del Magreb y Oriente Medio	4
Relaciones Internacionales de América Latina	4

Relaciones Exteriores de España	4
Marketing Social y Político	4
Historia de los Movimientos Sociales del Siglo XX	4
Gabinetes de Prensa	4
Imagen Corporativa	4
Gestión de la Comunicación Corporativa	4

ANEXO 5 Grado en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid 2011-2012

TIPO DE ASIGNATURA	ECTS
Formación Básica	60
Obligatorias	108
Optativas y actividades académicas	60
Actividades académicas	6
Trabajo Fin de Grado	6
TOTAL	240

Primer Curso	ECTS
Teoría de la Comunicación	6
Ciencia Política y Relaciones Internacionales	6
Historia del Mundo Actual	6
Lengua Española	6
Sociología	6
Teoría y Práctica del Periodismo	6
Teoría de la Empresa Informativa	6
Documentación Informativa	6
Estructura y Sistema Mundial de la Información	6
Una Optativa	6

Segundo Curso	ECTS
Psicología de la Comunicación	6
Economía Aplicada al Periodismo	6
Literatura y Medios de Comunicación	6
Ética y Deontología Profesional	6
Derecho	6
Teoría de la Información	6
Semiótica de la Comunicación de Masas	6
Historia de la Comunicación Social	6
Dos Optativas	12

Tercer Curso	ECTS
Redacción Periodística: Géneros Narrativos y Dialógicos	6
Edición, Tipografía y Diseño de la Información Escrita	6
Información en Radio	6
Multimedia	6
Derecho de la Información	6
Cinco Optativas	30

Cuarto Curso	ECTS
Redacción Periodística: Géneros de Análisis y Opinión	6
Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital	6
Información en TV	6
Información Periodística Especializada	6
Opinión Pública	6
Dirección y Gestión de las Empresas Periodísticas	6
Actividades Académicas	6
Dos Optativas	12
Actividades Académicas	6
Trabajo Fin de Grado	6

Optativas de Primer Curso	ECTS
Historia del Pensamiento Político Contemporáneo	6
Relaciones Exteriores de España	6
La Empresa Informativa y su Relación con los Sistemas Políticos	6

Optativas de Segundo Curso	ECTS
Historia del Periodismo Universal	6
Historia del Periodismo Español	6
Estructura Constitucional del Estado Español	6
Marketing Aplicado al Periodismo	6
Pragmática y Discurso en el Periodismo	6
Políticas de Información y Comunicación en la UE	6

Optativas de Tercer Curso	ECTS
Análisis de Textos Periodísticos: el Relato	6
Tecnologías de la Información Impresa	6
Cromatismo e Infografía en Medios Impresos	6
Fotografía Informativa	6
Arte Español Contemporáneo	6
Movimientos Artísticos Contemporáneos	6
Comunicación y Género	6
Gabinetes de Comunicación	6
Influencia Sociocultural y Medioambiental de las TIC	6
Sociología Política	6
Literatura y Prensa Periodística	6
Medios Audiovisuales y Educación	6
Información y Comunicación Política	6

Optativas de Cuarto Curso	ECTS
Análisis de Textos Periodísticos: el Artículo y el Ensayo	6
Historia de la Propaganda	6
Periodismo Especializado en Ciencia y Cultura	6
Periodismo Especializado en Educación y Deporte	6
Periodismo Especializado en Economía y Medio Ambiente	6
Metodología de la Investigación Social en Comunicación	6
Evolución de la Información en los Medios Audiovisuales	6
Principios de Financiación y Gestión de los Contenidos Informativos	6

ANEXO 6 Licenciatura de Periodismo de la Universidad de Sevilla en años 1989-1990

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DE SEVILLA

SECCION: PERIODISMO

PRIMER CICLO: PLAN 1989/90 (BOE Nº26 DE 30/01/90)

PRIMER CURSO

OBLIGATORIAS	OPTATIVAS
Teoría y Estructura del Lenguaje	Sociología
Teoría de la Comunicación	Historia Universal Contemporánea
Estructura de la Información Periodística	Lengua Española Universal

SEGUNDO CURSO

OBLIGATORIAS	OPTATIVAS
Teoría General de la Información	Metodología de las Ciencias Sociales
Tecnología de la Información (Prensa Escrita)	Documentación
	Movimientos Artísticos Contemporáneos

TERCER CURSO

OBLIGATORIAS	OPTATIVAS
Historia General de la Comunicación	Estructura Social de España
Teoría y Técnica de la Información Audiovisual	Opinión Pública
Redacción Periodística	

SEGUNDO CICLO PLAN 1992 (BOE 25/11/92)

CUARTO CURSO

SEMESTRE I	OBLIGATORIAS	OPTATIVAS	LIBRE CONFIGURACIÓN
	Géneros y Estilos de Comunicación Periodística	Normalización Comunicativa	Historia del Cine Universal I
	Empresa Informativa	Periodismo Gráfico	
	Información Periodística Especializada	Seminario sobre Problemas Actuales del Periodismo I	
	Diagramación en Prensa		
	Periodismo y Literatura		
SEMESTRE II	OBLIGATORIAS	OPTATIVAS	LIBRE CONFIGURACIÓN
	Redacción Periodística	Periodismo Cultural	Historia del Cine Universal II
	Producción Periodística	Periodismo de Divulgación Científica	
	Fotoperiodismo	Seminario sobre los Problemas Actuales del Periodismo II	
	Gabinetes de Comunicación		
	Tecnología de la Información		
	Relaciones Internacionales		

QUINTO CURSO

SEMESTRE I	OBLIGATORIAS	OPTATIVAS
	Redacción Periodística (Radio)	Periodismo Deportivo
	Historia del Periodismo Comparado	Periodismo Educativo
	Derecho de la Información	
	Documentación Periodística	
	Estética de la Comunicación	
	Estructura de la Información en España y Andalucía	
SEMESTRE II	OBLIGATORIAS	OPTATIVAS
	Redacción Periodística (Televisión)	Ecología de la Comunicación
	Metodología y Tecnología de la Investigación Periodística	
	Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información	
	Técnicas y Procesos Audiovisuales	
	Función Social y Responsabilidad de la Información	

ANEXO 7 Grado de Periodismo de la Universidad de Sevilla en el curso 2011-12

TIPO DE ASIGNATURA	ECTS
Formación Básica	60
Obligatorias	120
Optativas y actividades académicas	54
Practicum	6
Trabajo Fin de Grado	6
TOTAL	246

PRIMER CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Competencia Comunicativa en Español	Formación Básica	6
Historia del Pensamiento Político y Social	"	6
Historia Social de la Comunicación	"	6
Introducción a la Economía Aplicada	"	6
Introducción a la Sociología	"	6
Psicología Social de la Comunicación	"	6
Relaciones Internacionales	"	6
Tecnologías de los Medios Audiovisuales	"	6
Teoría y Estructura de la Publicidad	"	6
Teoría de la Comunicación y de la Información	"	6

SEGUNDO CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Derecho de la Información	Formación Básica	6
Documentación Periodística	Obligatoria	6
Historia del Periodismo Universal	"	6
Tecnología y Diseño de la	"	6

Información Escrita		
Géneros y Estilos Periodísticos	"	6
Periodismo Especializado	"	6
Producción Periodística	"	6
Tecnología del Periodismo Gráfico	"	6
Teorías y Técnicas Audiovisuales Aplicadas al Periodismo	"	6
Teoría del Periodismo	Formación Básica	6

TERCER CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Gabinetes de Comunicación	Obligatoria	6
Periodismo Político y Económico	"	6
Redacción Periodística (Prensa)	"	6
Historia del Periodismo Español	"	6
Redacción Periodística (Radio y Televisión)	"	6
Técnicas de Investigación Periodística	"	6
Multimedia	Optativa	6
Opinión Pública	"	6
Organización y Gestión de Empresas Periodísticas	"	6
Periodismo Científico y Ambiental	"	6
Recursos Documentales Periodísticos	"	6
Diseño de Programas Informativos	"	6
Escritura Creativa	"	6
Periodismo Cultural	"	6
Periodismo de Sucesos y Tribunales	"	6
Periodismo Deportivo	"	6

CUARTO CURSO

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRÉDITOS
Análisis del Discurso Periodístico	Obligatoria	6
Cibercultura	"	6
Códigos y Valores de la Profesión Periodística	"	6
Estructura y Políticas de Comunicación	"	6
Historia del Mundo Actual	Optativa	6
Letras Contemporáneas	"	6
Periodismo de Viajes	Optativa	6
Periodismo Social y Educativo	"	6
Redacción Periodística en la Red	"	6
Comunicación para el Desarrollo Social	"	6
Innovación Cibernética en Periodismo	"	6
Teoría e Historia de la Propaganda	"	6
Prácticas en Empresas o Actividades Extraordinarias	"	6
Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	6

ANEXO 8 Grado de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha en el curso 2011-12

El Grado en Periodismo de la UCLM, de carácter presencial, se articula en 240 créditos ECTS distribuidos en cuatro años de docencia y asignaturas de 6 créditos ECTS cada una. Además de materias propiamente periodísticas, el plan de estudios incluye docencia en Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas. El grado ofrece dos itinerarios con concentraciones en Periodismo Digital y Periodismo Especializado.

PRIMER CURSO

I CUATRIMESTRE	ASIGNATURA
	Historia del Mundo Actual
	Expresión Oral y Escrita en Español para Medios Informativos
	Instituciones Políticas Contemporáneas
	Alfabetización Mediática
	Teoría del Periodismo
II CUATRIMESTRE	
	Sociedad de la Información
	Derecho de la Información
	Estructura Económica
	Tecnología de los Medios Escritos
	Técnicas del Mensaje en Prensa e Internet

SEGUNDO CURSO

I CUATRIMESTRE	ASIGNATURA
	Historia General de la Comunicación
	Estructura Global de los Medios
	Teoría de la Comunicación
	Géneros de Interpretación y Opinión
	Técnicas del Mensaje en Televisión y Radio
II CUATRIMESTRE	
	Análisis de la Actualidad

	Documentación Informativa
	Comunicación Política
	Periodismo Audiovisual: Televisión
	Periodismo Audiovisual: Radio

TERCER CURSO

I CUATRIMESTRE	ASIGNATURA
	Historia y Modelos del Periodismo
	Periodismo Especializado
	Construcción Periodística de la Realidad
	Sistema de Medios en España
	Diseño y Edición Periodística Digital
II CUATRIMESTRE	
	Investigación Básica y Aplicada en Comunicación
	Comunicación Institucional y Corporativa
	Políticas de Comunicación
	Infografía y Diseño Gráfico
	Ciberperiodismo

CUARTO CURSO

I CUATRIMESTRE	ASIGNATURA
	5 Optativas a Elegir
II CUATRIMESTRE	
	4 Optativas a Elegir
	Trabajo Fin de Grado

ASIGNATURA	ITINERARIO
Fotoperiodismo e Imagen Digital	Periodismo Digital
Nuevos Contenidos y Formatos Periodísticos	“
Comunicación Interactiva y Redes Sociales	“
Taller de periodismo Multimedia	“
Cultura Digital	“
Periodismo Cultural	Periodismo Especializado
Periodismo Local	“
Periodismo Económico	“
Periodismo Científico	“
Periodismo Político	“
Periodismo Deportivo	“
Agencias de Información	Ambos Itinerarios
Locución para Medios Audiovisuales	“
Inglés Periodístico	“
Prácticas Externas	“

ANEXO 9 Ejemplo del modelo de recepción de información por Fax

/12/2012 12:46

957478819

Comunicación CECO

Página 1/2

ASOCIACION DE EMPRESARIOS ORGANIZADORES
DE FERIAS COMERCIALES DE CORDOBA

Miembro de
CECO
CONTRIBUCION DE EMPRESARIOS DE CORDOBA

NOTA DE PRENSA

La Asociación de Organizadores de Ferias Comerciales reclama actuaciones urgentes en infraestructuras para afrontar los próximos años

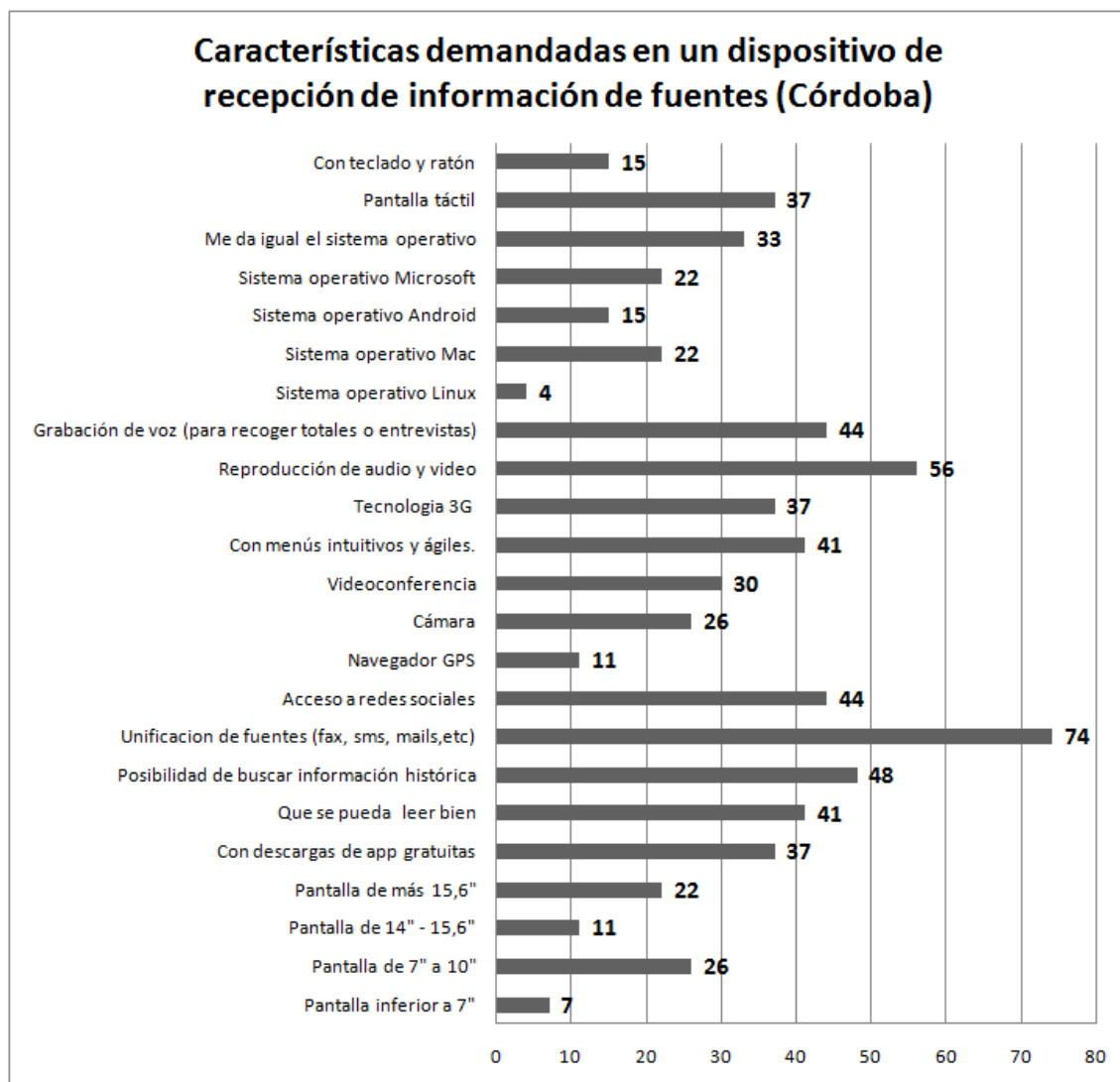
El sector ve peligrar la viabilidad de sus proyectos empresariales

Córdoba, 28 de diciembre de 2012.- La Asociación de Empresarios Organizadores de Ferias Comerciales de Córdoba solicita con carácter de urgencia un ente destinado a la promoción, captación de ferias e información y encuentros comerciales en Córdoba y provincia de cara a afrontar los próximos ejercicios. Los empresarios del sector solicitan celeridad y transparencia en la toma de decisiones que afectan a su actividad y con ello a la viabilidad de sus actuales proyectos empresariales.

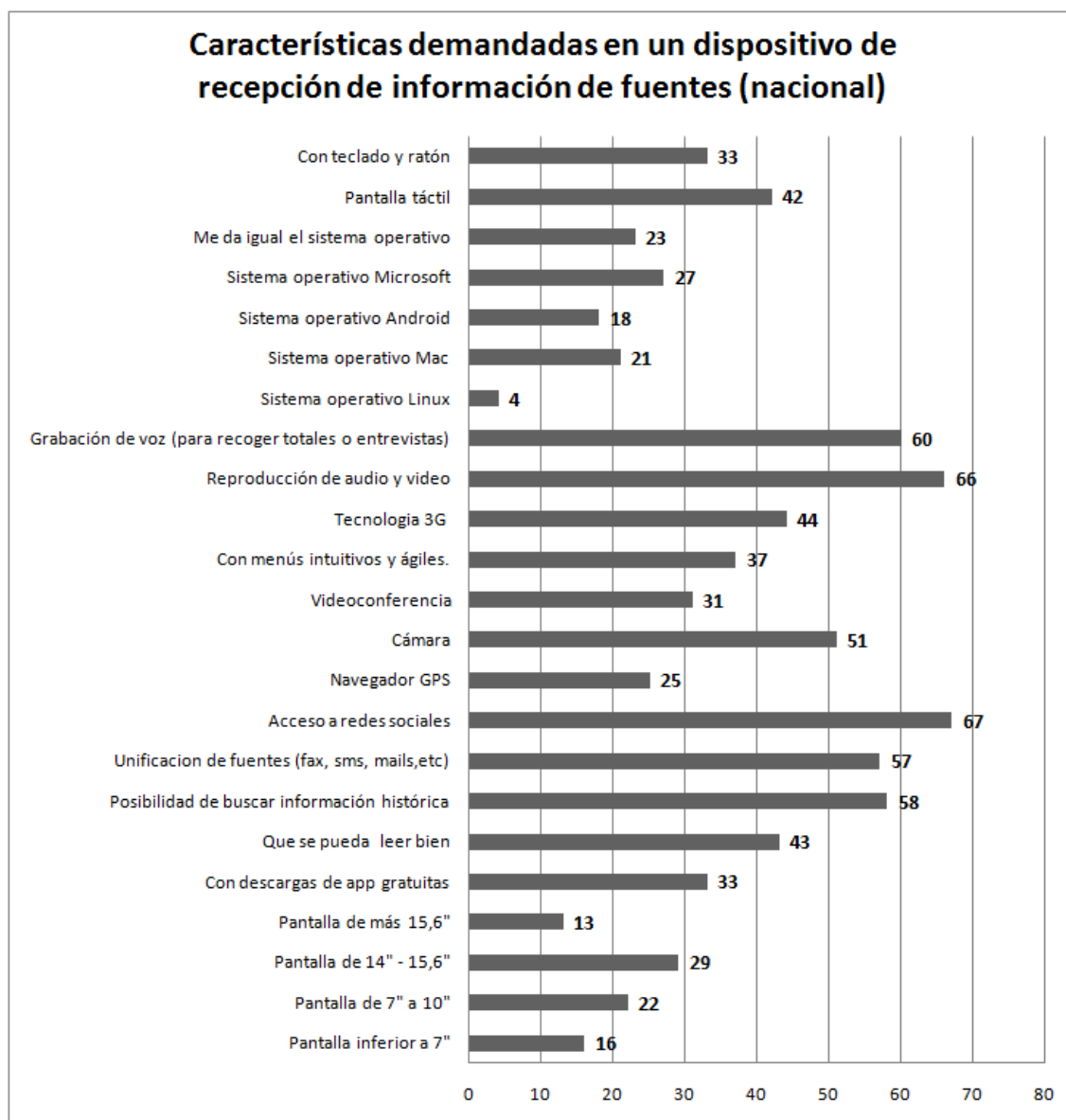
Este colectivo considera fundamental poner en valor las infraestructuras que a día de hoy dispone Córdoba para así poder realizar una oferta atractiva y en los plazos adecuados para la celebración de este tipo de eventos. Los empresarios ven con escasas expectativas el año 2013 y lamentan que no se haya avanzado en las propuestas realizadas por los distintos responsables políticos, entendiendo que la ampliación del Palacio de Congresos de la calle Torrijos y la adaptación del Pabellón del Parque Joyero son prioritarios para el desarrollo inmediato de la actividad ferial en Córdoba.

La Asociación, presidida por Guillermo Viedma, se pregunta qué se está haciendo para captar ferias comerciales y dónde se van a emplazar las distintas celebraciones cuando comiencen a ejecutarse las obras de mejora del actual Palacio de Congresos y la reforma del pabellón del Parque Joyero.

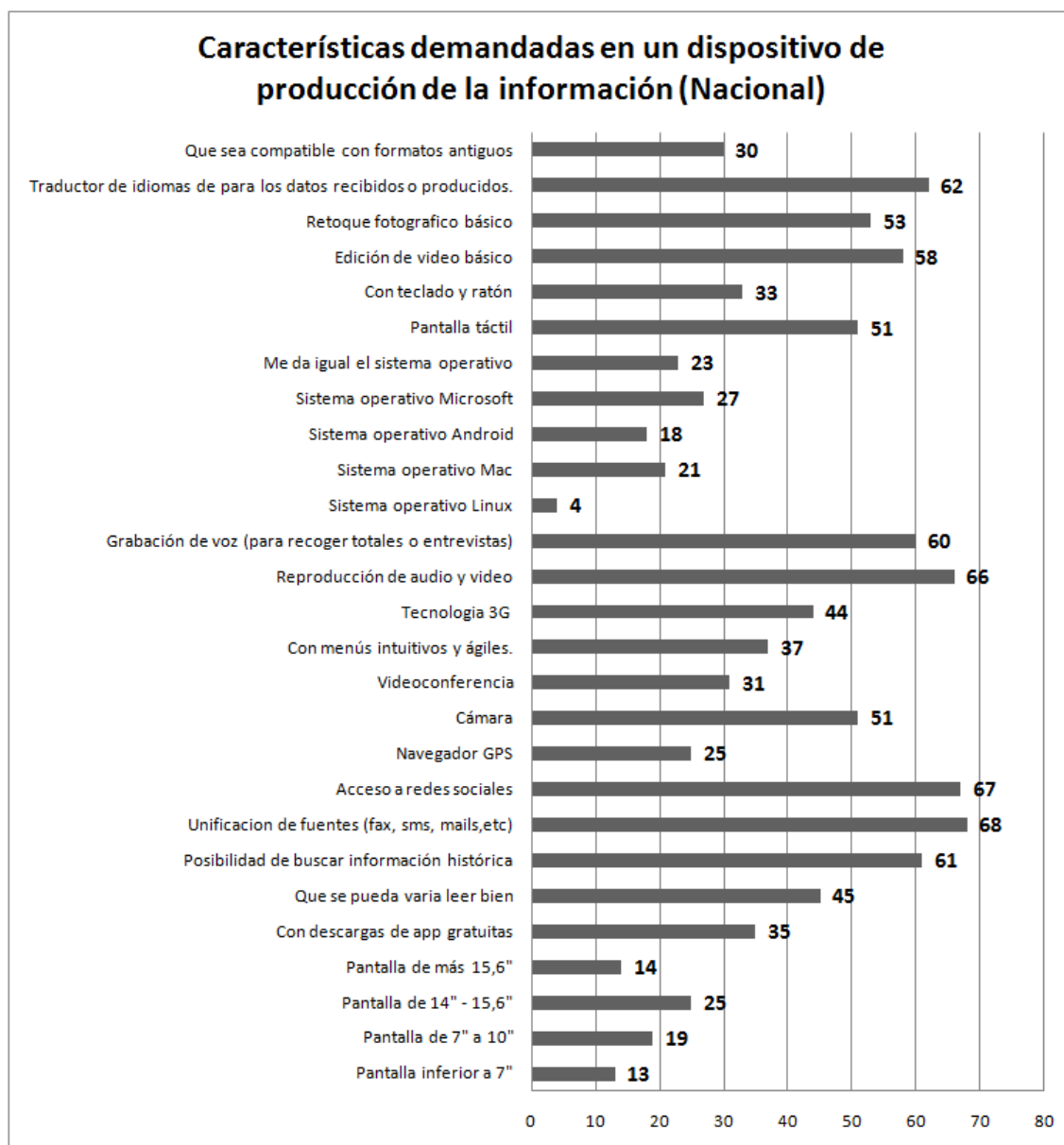
ANEXO 10 Características demandadas en un dispositivo de recepción de fuentes a nivel local



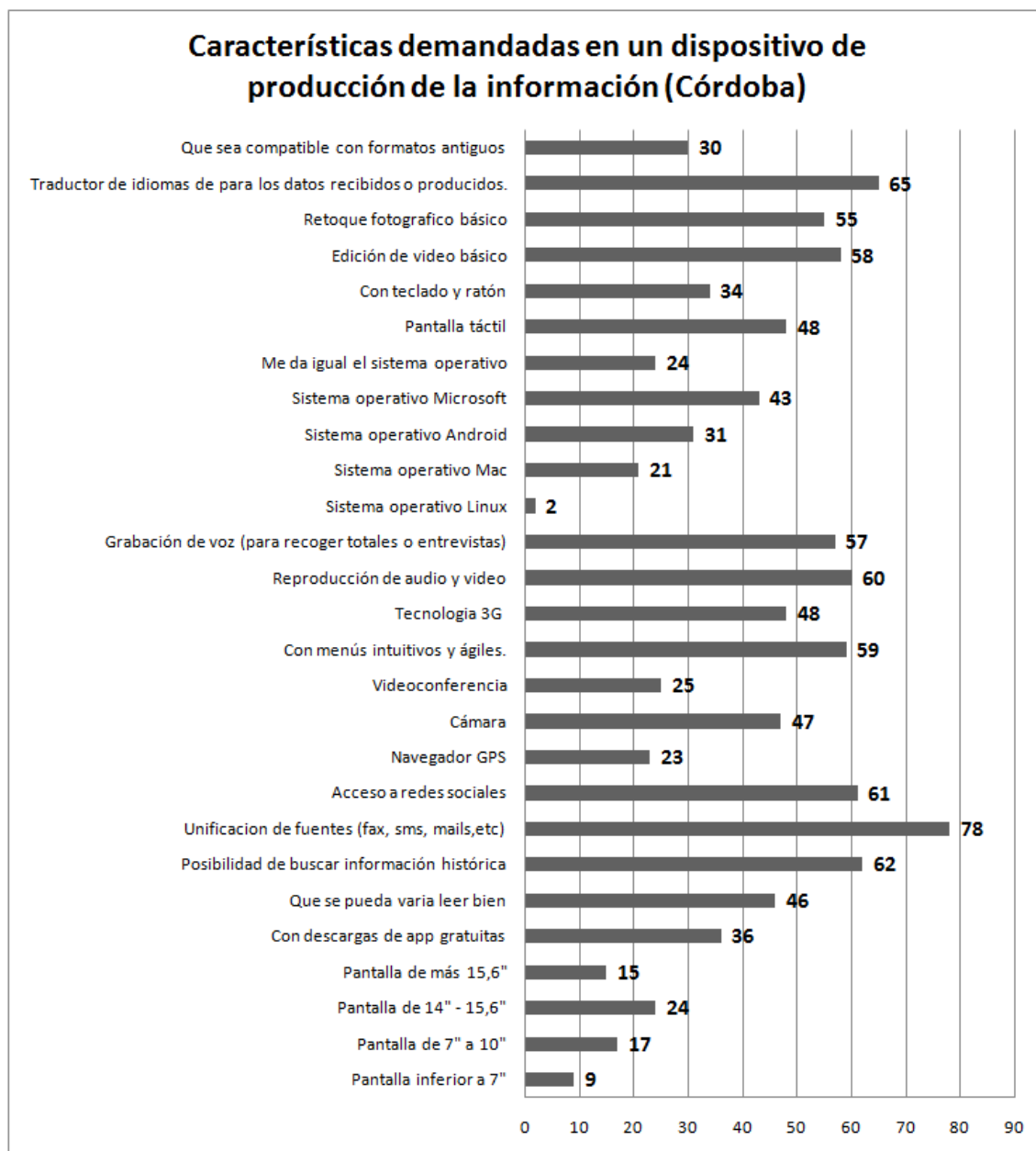
ANEXO 11 Características demandadas en un dispositivo de recepción de fuentes a nivel nacional.



ANEXO 12 Características demandadas en un dispositivo de producción a nivel nacional



ANEXO 13 Características demandadas en un dispositivo de producción a nivel local.



ANEXO 14 Aplicación de una normalización al flujo de la información: La I-Normalización²²⁸ de las fuentes de información.

Definición

Se denomina I-Normalización a los distintos procedimientos por los cuales se optimizan los grados de accesibilidad y usabilidad de los flujos de información.

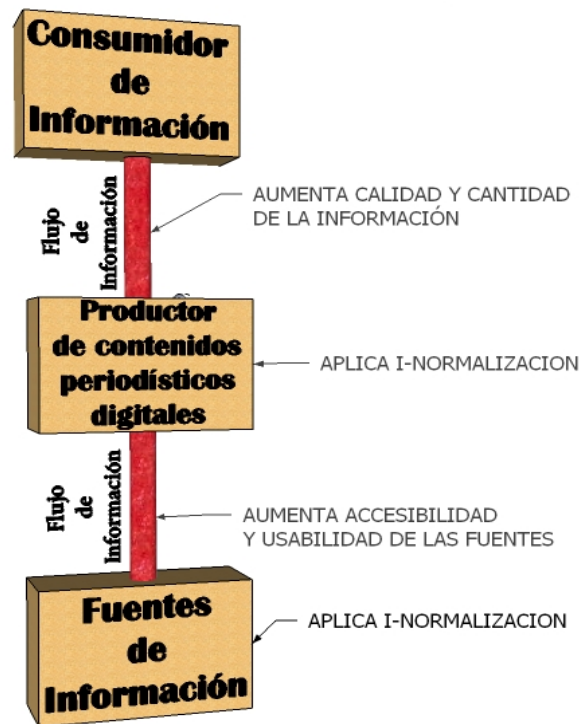
Puntos de aplicación de la I-normalización.

Recordemos que los tres puntos claves el flujo de la información periodística son:

- Fuentes de Información
- Producción
- Consumo de la información

Aunque la aplicación de la I-Normalización se puede llevar a cabo en cualquiera de estos tres puntos, en primer término se debe llevar a cabo en el punto de la recepción de fuentes de información, puesto que es ahí donde más procesos de I-Normalización se pueden dar y, a consecuencia, se consigue un aumento del grado de accesibilidad y usabilidad.

²²⁸ En inglés SI-Standardization (Source Information –Standardization)



Tipos de I-Normalización.

- I-Normalización de dispositivos.

La I-Normalización de dispositivos se basa en la reducción formal del número de dispositivos que se usan en un determinado punto del flujo de la información así como las aplicaciones de que disponen. Se tiene como objetivo ideal la unificación de todo el hardware y software en un sólo dispositivo.

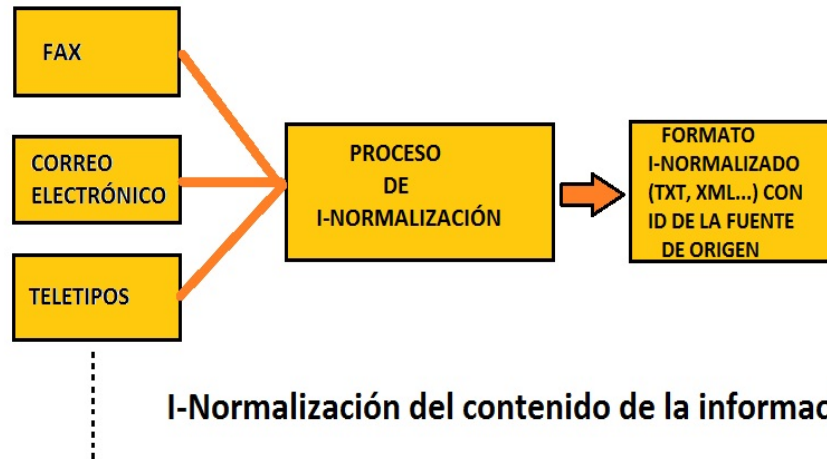
Dicho dispositivo tendrá un grado óptimo de accesibilidad y usabilidad a la hora de poder acceder a la información.

- I-Normalización del contenido de la información.

La I-Normalización del contenido de la información se basa en realizar una unificación de formato que proviene de las fuentes de información. El formato final debe de tener la mayor compatibilidad posible de cara a la integración de procesos de catalogación. En el proceso de cambio de formato se le insertará en la cabecera del mensaje un conjunto de caracteres que identificarán la fuente de origen.

Los formatos finales que se recomiendan son texto plano²²⁹ o XML²³⁰. Este último es utilizado en el CMS²³¹.

FORMATO DE LAS FUENTES



Ejemplo de salida de información *inormalizada*

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<Pnews xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-
instance">
  <HeadInfo>
    <AssetID>13091801221439423</AssetID>
    <SourceID>tltipo</SourceID>
    <SourceTags>SOC</SourceTags>
  </HeadInfo>
  <HolderInfo> Detenidas 15 personas por presuntamente
cultivar y elaborar marihuana, tras intervenir más de 50
kilos</HolderInfo>
  <TextInfo> En un comunicado, la Benemérita ha informado
de que, dentro del marco de los servicios establecidos en
aplicación de la Operación 'Marihuana' para la
"erradicación" del cultivo, elaboración, venta y consumo
de marihuana, ha practicado en las últimas semanas, en
concreto entre los días 15 al 24 de septiembre, un total
de 12 intervenciones que han permitido detener a 15
personas por cultivo y elaboración de marihuana. Como
resultado de estos 12 operativos, el Instituto Armado,
además de las 15 detenciones practicadas, ha logrado
aprehender 46 plantas de marihuana en fase de
crecimiento, que tras su pesaje arrojaron un peso de más
de 50 kilogramos. </TextInfo>
</Pnews>
  
```

En cuanto a la utilidad de las etiquetas tenemos tres estructuras:

²²⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo_de_texto

²³⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Extensible_Markup_Language

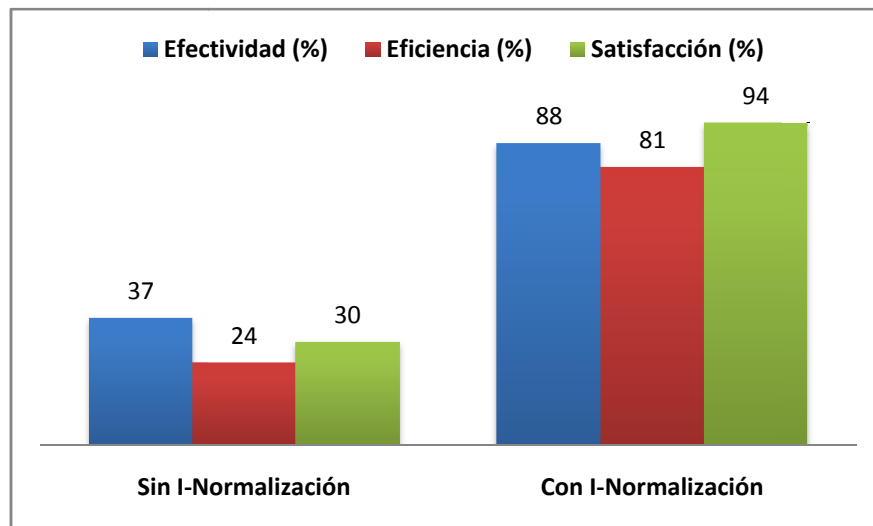
²³¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Content_management_system

- *HeadInfo* es lo que le llamamos cabecera de datos, donde alberga otras etiquetas de clasificación de la información como *AssetID*, una identificación para uso y clasificación del fichero, *SourceID*, que nos indica cual es el dispositivo fuente (teletipos, sms, fax, etc.) y por último, *SourceTags*, que nos muestra las palabras clave o tags que definen la temática de la información *i-normalizada*.
- *HolderInfo* incluye el titular de la información.
- *TextInfo* contiene toda la información desarrollada.

Ventajas de la I-Normalización

- Reducción de costes para la empresa.
- Posibilidad de aumento de producción
- Posibilidad de aumento de beneficios.
- Aumento de grado de usabilidad
- Aumento de grado de accesibilidad.
- Aumento de cantidad y/o calidad de la información elaborada.
- Reducción de costes de mantenimiento (hay menos HW)
- Reducción de consumo energético.
- Al disponer de más tiempo para poder elaborar un buen producto informativo se le genera un aumento de satisfacción al PCPD.

Además, según los datos obtenidos de las metodologías de investigación podemos realizar una serie de predicciones de mejoras en efectividad, eficiencia y satisfacción según la norma ISO 13407 de un incremento de entre un 60 % y un 50% , en el peor de los casos. Y esas mejoras tendrán un resultado positivo en cuanto a la cantidad y calidad de la información producida.



ANEXO 15 Plan de estudios del Máster de Productor de Contenidos Periodísticos Digitales

Una vez aportadas todas las necesidades que se está dando en la formación del profesional de la información y valorando la inviabilidad de reforzar los actuales planes de estudio de los grados de periodismo, creo que la mejor opción es especializar al graduado de periodismo en Productor de Contenidos Periodísticos Digitales, por medio de un Máster.

Una sugerencia de plan de estudio del Máster podría ser la siguiente:

BLOQUES	CRÉDITOS ECTS
Bloque Tecnologías de la Información	
Actualidad tecnológica	4
Aspectos legales. Derechos de autor.	4
Accesibilidad y usabilidad de la información	4
Bloque Audiovisual	
Conceptos básicos de edición y documentación audiovisual	4
Captación y edición de video digital	4
Bloque de redes	
Redes sociales	4
Redacción, búsquedas y recursos online.	4
Programación web	4
Bloque Gráfico	4
Periodismo fotográfico e infográfico	4
Retoque fotográfico	
Prácticas en empresas	4
Proyecto Fin de Master	16
	Total: 60

ANEXO 16 Cursos de formación continua

Teniendo en cuenta las necesidades generales de formación continua del profesional de la información, a continuación les expongo una tabla con algunas ideas sobre los posibles cursos que se podrían impartir.

CURSOS DE FORMACIÓN CONTINUA
BUSQUEDAS DE INFORMACIÓN EN INTERNET
CONCEPTOS BASICOS DE EDICION FOTOGRAFIA Y VIDEO
DERECHOS DE AUTOR Y BUENAS PRACTICAS
FOTOGRAFIA DIGITAL
GESTION Y DOCUMENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.
HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN DIGITAL
INGLES
INTRODUCCION AL PERIODISMO DIGITAL
OFIMATICA
PERIODISMO FOTOGRAFICO
PERIODISMO INFOGRAFICO
REDACCION PERIODÍSTICA DIGITAL
REDES SOCIALES
USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD. VENTAJAS E INCONVENIENTES
VIDEO DIGITAL

ANEXO 17 Peryco Center. Una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de centro de gestión de fuentes de información provincial (ampliable a un ámbito autónomo o estatal).

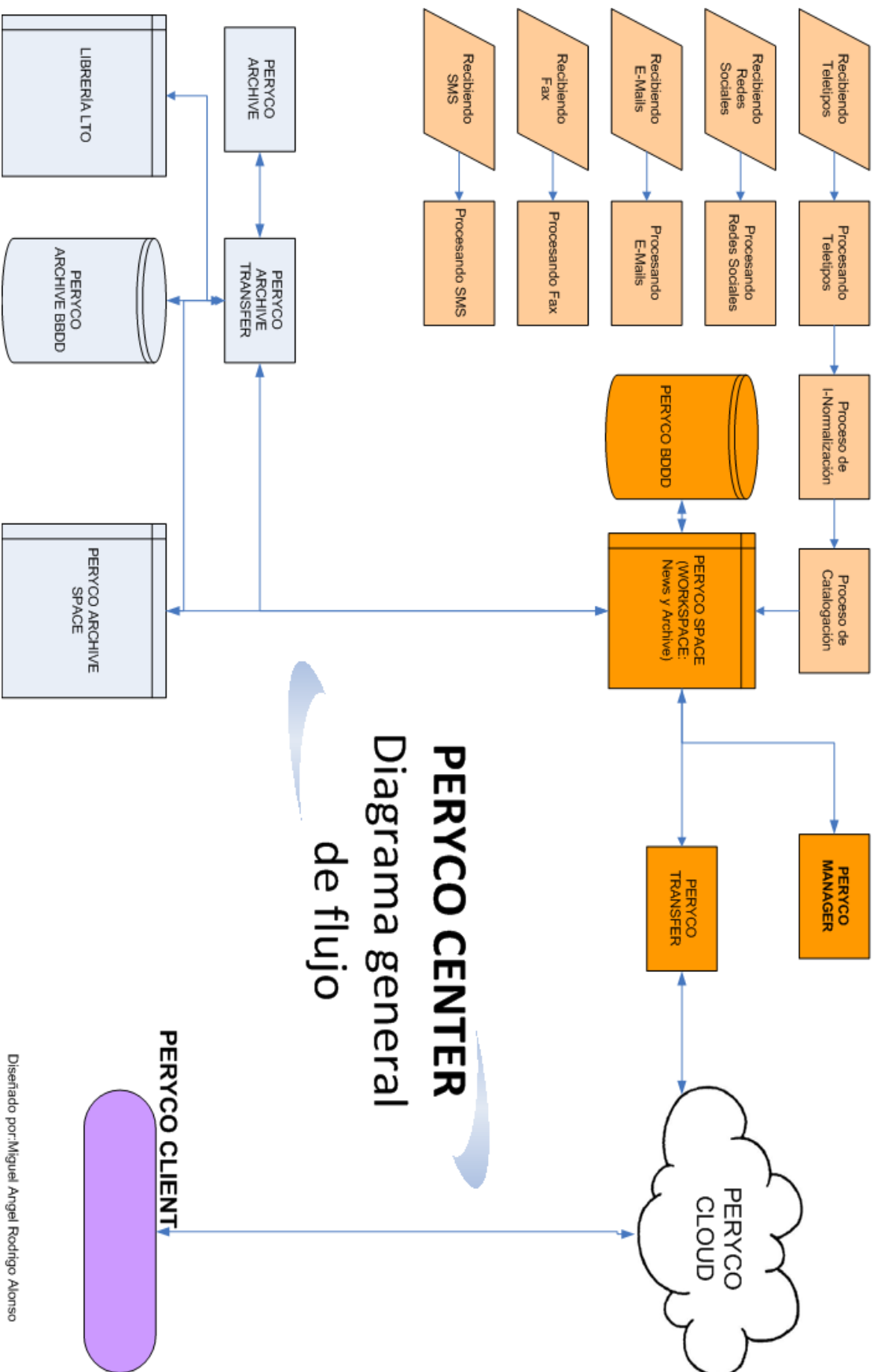
Descripción general

Peryco Center es un centro de gestión de fuentes de información que lleva integrado un sistema de I-Normalización. Esta compuesto por cuatro fases:

- Peryco Receiver o PR
- Peryco Manager
- Peryco Cloud o PCloud
- Peryco Archive o PArchive

La información se recibe de las fuentes y pasa a sufrir un proceso de i-normalización, transformándose a un único formato (TXT, XML) e insertándole en la cabecera un conjunto de caracteres que hará identificar la fuente de origen e ID de assert. A continuación, a través de unos criterios establecidos en la configuración del parser, será catalogado e insertado en una base de datos temporal llamada PERYCO BBDD. Los datos de esta BBDD serán enviados por medio de un PERYCO TRANSFER al PERYCO CLOUD que es un sistema integrado en la nube donde atenderá las peticiones de actualización de los PERYCO CLIENT. También se ha contemplado la posibilidad del archivado de esta información en el sistema PERYCO ARCHIVE.

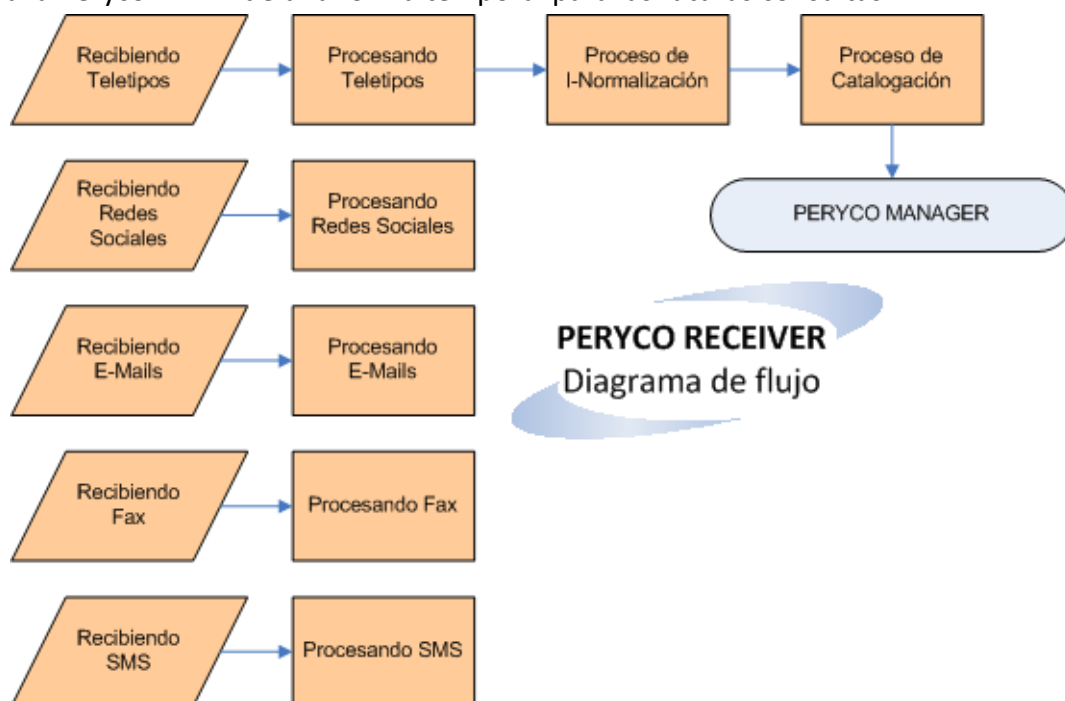
PERYCO CENTER es un sistema con un grado óptimo de accesibilidad, usabilidad y adaptabilidad a las necesidades de los productores de contenidos periodísticos digitales que ya hemos ido viendo a lo largo de esta investigación. Me he basado en las normativas ISO ya expuestas en el bloque de accesibilidad y usabilidad que centran su diseño al usuario y sus necesidades.



Diseñado por: Miguel Angel Rodrigo Alonso

PERYCO RECEIVER O PR

Es la parte del flujo del Peryco Center donde se recibe la información de las fuentes en distintos formatos, y que tras un proceso de I-Normalización y catalogación es enviado a la Peryco BBDD de una forma temporal para las futuras consultas.



Las fuentes de información que podrían llegar a este sistema son:

- *Teletipos de Agencias.* Se reciben en formato de texto plano o bien en ficheros de extensión sfc.
- *Redes Sociales.* La red social que más se utiliza como fuente de información es *Twitter*. Se creará una cuenta @peryco_cordoba y se seguirá a los medios y profesionales que sean de interés. *Twitter* ofrece la posibilidad de exportar tu *timeline* a texto plano o HTML.
- *E-Mails.* El cuerpo del correo electrónico de las convocatorias de prensa que llegan a una cuenta que nos creamos cordoba@peryco.es puede ser exportado a texto plano.
- *Fax.* Hay algunos proveedores de internet²³² que te ofrecen un servicio de Fax. Te dan de alta un 902xxxxxxx para recibir los fax, y se convierten a modo texto que recibes en un mail, de ahí a texto plano.
- *SMS.* Hay sistemas de mensajería que convierten el *sms* en texto.

²³² <http://soporte.acens.com/?cont=421>

En el proceso de I-Normalización conseguiremos unificar el formato de toda la información a texto plano o XML, insertándole en la cabecera una identificación del documento (ASSERT ID) y un conjunto de caracteres que indique de que fuente viene (SOURCE ID).

Asset ID	Source ID
02020339310293	SMS112 HERIDO POR ARMA BLANCA EN CORDOBA CAPITAL, CALLE VAZQUEZ AROCA. TRASLADADO AL HOSP. REINA SOFIA

El siguiente paso a la I-Normalización es el de catalogación que con ayuda del analizador sintáctico o parser. En la configuración de los parser se le debe indicar que en que temática está según su contenido sintáctico y si es una información urgente. Debemos recordar que las alarmas visuales de algunas de las aplicaciones actuales utilizan colores como el rojo que experimenta incompatibilidad con personas con problemas cromáticos.

Como ejemplo, vamos a tomar como referencia a Córdoba, y vamos a añadir algunos criterios dentro del fichero de configuración para ámbitos locales, autonómicos y nacionales. Para ello le decimos en a que ruta de la base de datos del PERYCO BBDD va ir cualquier información que contenga ciertos conjuntos de caracteres o tags de origen, discriminando las mayúsculas y minúsculas.

Destination RUTA.DE.BASE.DE.DATOS

PALABRA OPERADORLOGICO PALABRA

Veamos algunos ejemplos:

destination AGENCIAS.LOCAL-CORDOBA
CORDOBA OR Córdoba

Si queremos hacer lo mismo a nivel autonómico

destination AGENCIAS.ANDALUCIA
RGB OR ANDALUCIA OR SEVILLA OR CORDOBA OR JAEN OR ALMERIA
OR GRANADA OR MALAGA OR CADIZ OR HUELVA OR JEREZ OR
ALGECIRAS

Y de ámbito internacional

destination AGENCIAS.INTERNACIONAL
(ICX AND MUN) OR (MUN AND EXG) OR (ICX AND EXG) NOT (RGA OR
SVM OR BDR OR NAT) OR XQ# OR FD# OR RZ# OR XY# OR XC# OR
XL# OR XZ# OR XS OR XM# OR (FB# NOT NAT) OR (EE# NOT NAT)

OR (EFEpolu NOT NAT) OR (EFEpolr NOT NAT) OR (EFEpolr NOT SV# NOT NH#) NOT LOC NOT BAL NOT CAT NOT NA# NOT TV#

destination AGENCIAS.ENVIOS.EUROPRESS-TV
+++eptv OR ++eptv OR +eptv OR eptv

Las agencias de información ya suelen tener identificadores propios en cada teletipo (ICX, MUN, EFEpolu, LOC, etc.). Todos estos teletipos i-normalizados y catalogados tendrán como destino el alojamiento en la base de datos Peryco BBDD.

El texto registrado en la base de datos será el siguiente:

Cabecera de información	Asset ID 00100201020102	Source ID TLTIPO	Source Tags SOC SOC
Titular de la Información	ANDALUCIA.-Cocineros y enólogos andaluces participarán junto a científicos del ceiA3 en las VI Jornadas de Enología		
Texto de la Información	<p>CORDOBA, 4 (EUROPA PRESS)</p> <p>Cocineros y enólogos andaluces, junto con científicos del Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (ceiA3) de las universidades de Córdoba y Cádiz, colaborarán a finales del presente mes de abril para introducir en la cultura del vino a los matriculados en las VI Jornadas de Enología, que tendrán lugar en Córdoba.</p> <p>Según ha informado el ceiA3, el programa de estas jornadas, organizadas por la Licenciatura y el Grado de Enología de la Universidad de Córdoba (UCO) con la colaboración del ceiA3 y la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (Etsiam) de la UCO, incluye aspectos relacionados con la producción de vinos y con su diferenciación y los efectos que tiene su consumo sobre la salud.</p> <p>Según explican los directores académicos de la actividad, María de las Nieves López de Lerma y Rafael Andrés Peinado, las jornadas, que se celebrarán en la Escuela de Hostelería de Córdoba en sesión de tarde los días 24, 25, 26 y 29, 30 de abril, contarán con sesiones prácticas de cata y maridaje, en las que tendrán un papel destacado los chefs Kisko García, Celia Jiménez, Periko Ortega, Pepe Salamanca y Zahira Ortega.</p>		

PERYCO MANAGER o PM

Es la parte del Peryco Center que se encarga de administrar todas las peticiones así como configuraciones de gestión. Lo compone:

Peryco Manager Server

Es el proceso que llevará a cabo tareas de administración de contenidos y sistemas como, por ejemplo:

- Ejecutar purgados en las bases de datos, tanto en las de PR, Peryco Cloud y en las de Peryco Archive.
- Programar los envíos desde la Peryco BBDD alojada en el Pa PArchive para el archivado de información.
- Gestionar envíos y peticiones al Peryco Cloud.

Recomendaría que si se aloja este proceso en un server, hubiese un segundo dispositivo llamado Peryco Manager Server BKP con la posibilidad de realizar un failover en caso de que el principal se averiase. También es deseable que todo el raid de los servers tenga implementado un raid 1 por seguridad ante pérdida de datos.

Peryco BBDD

Es la base de datos donde se irán albergando cada documento de información que se vaya catalogando según los metadatos. Dentro de cada registro de la base de datos tendremos varios campos, como son Asset ID, Source ID, Source Tags, Titular y Texto. No es obligatorio que estén completados todos los campos de un registro, ya que puede que en la catalogación de la información recibida de algunas fuentes como puede ser el fax o *sms*, puede que no tengan campos como el de Source Tags. Como gestor de base de datos, me inclino por Oracle²³³, ya en el sistema operativo Linux es muy dinámico y fiable.

Peryco SPACE

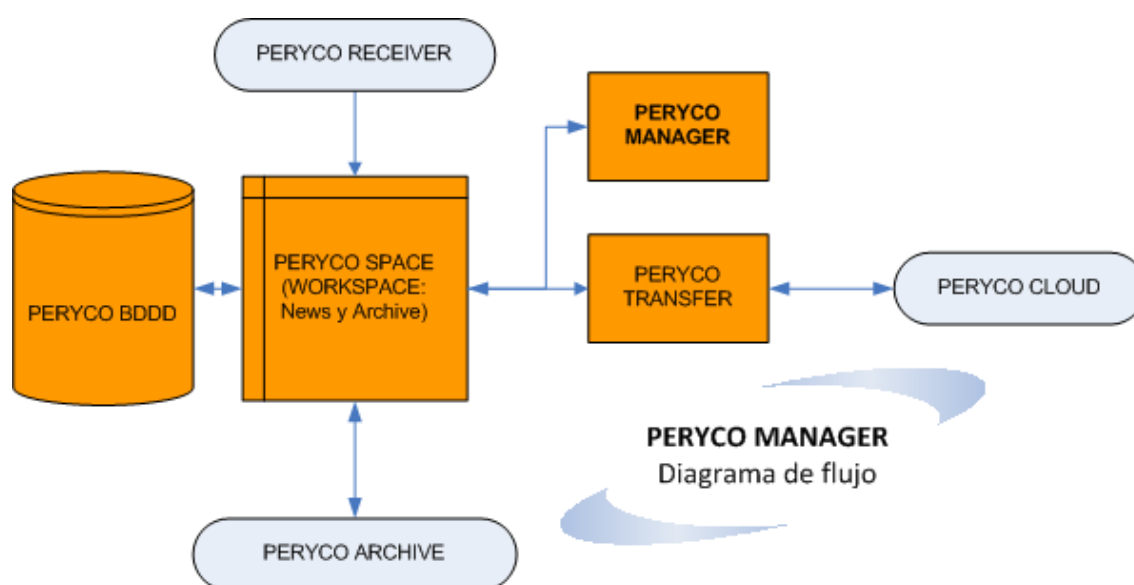
Es un almacenamiento compartido que está dividido en dos workspaces: News y Archive. Este último está contemplado como una alternativa de almacenamiento si

²³³ Es el gestor de base de datos que alberga la mayor que hay en el mundo. En el Centro Mundial de datos para el clima ([World Data Centre for Climate](#)).

fallase el Peryco Archive Space. A nivel físico recomendaría que se utilice un raid implementado en striped lineal²³⁴

Peryco Transfer

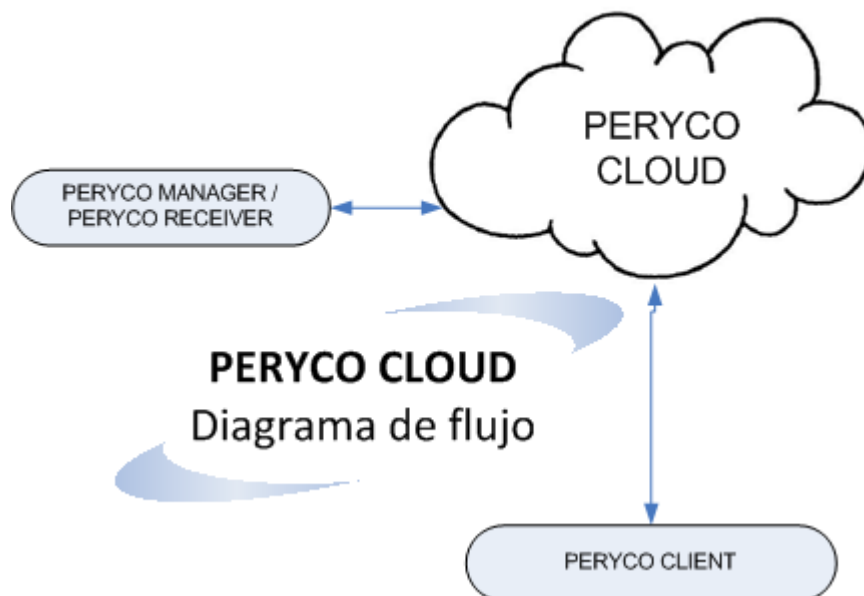
Es el proceso encargado de realizar las trasferencias entre almacenamientos compartidos o entre estos y Peryco Cloud.



PERYCO CLOUD O PCLOUD

Es el sistema virtual de almacenamiento compartido en el que los usuarios podrán conectarse desde su Peryco Client para actualizar su información o hacer peticiones de archivo. Con este sistema evitamos en gran medida que se produzca una ralentización de la actualización debido a las peticiones de todos los clientes. Aunque he propuesto que sea un sistema físico, también cabe la posibilidad de realizar una virtualización de todos los procesos del Peryco Center.

²³⁴ Los niveles RAID 0, 5 y 6 usan variantes de división (*stripped*) de datos, lo que permite que varios discos atiendan simultáneamente las operaciones de lectura lineales (lineal), aumentando la tasa de transferencia sostenida. Si se usa un RAID 1 o un RAID basado en división con un tamaño de bloque lo suficientemente grande se pueden conseguir un aumento de rendimiento para patrones de acceso que implique múltiples lecturas simultáneas (bases de datos multiusuario). Estas configuraciones son las indicadas también para la gestión de material audiovisual, por lo que podría ser útil para la implementación en un futuro de este servicio en el Peryco Center.



PERYCO ARCHIVE O PARCHIVE

Es la parte del Peryco Center que está destinada a la documentación y almacenamiento profundo de la información. Lo compone:

Peryco Archive

Es un conjunto de procesos que realiza las siguientes funciones:

- Catalogar los assets que están alojados en el Peryco Archive Space provenientes del Peryco Manager y los inserta en la Peryco Archive BBDD.
- Atiende y gestiona las peticiones de material archivado.
- Controla el proceso Peryco Archive Transfer.

Peryco Archive Transfer

Es el proceso encargado de realizar las transferencias entre almacenamientos compartidos, Peryco Archive BBDD y Librería LTO.

Peryco Archive Space

Es el almacenamiento temporal (cache) donde se alojan los assets que provienen al Peryco Manager y se catalogarán en la Peryco Archive BBDD.

Peryco Archive BBDD

Es la base de datos en la que se almacenarán todos los registros que mande el Peryco Archive. En este caso, el número de campos se verá aumentado ya que se hará referencia a la cinta en la que en un futuro se albergará la información.

Librería Robótica de LTO o Peryco Library.

Es donde se realizará un almacenamiento más profundo en cintas LTO.

Atendiendo a la programación del flujo de archivo ordenada por el Peryco Manager, los assets más antiguos de una determinada fecha son enviados a PArchive.

Estos assets que provienen del PManager, se alojan en el almacenamiento compartido Peryco Archive Space . El Peryco Archive hará un proceso de catalogación teniendo con ayuda de procesos de automatización de la indización siguiendo la normativa ISO 5963 y un buen tesau²³⁵. Este proceso de catalogación hará que se vayan creando nuevos registros en la base de datos de archivo y con campos nuevo como son descriptores y LTO ID.

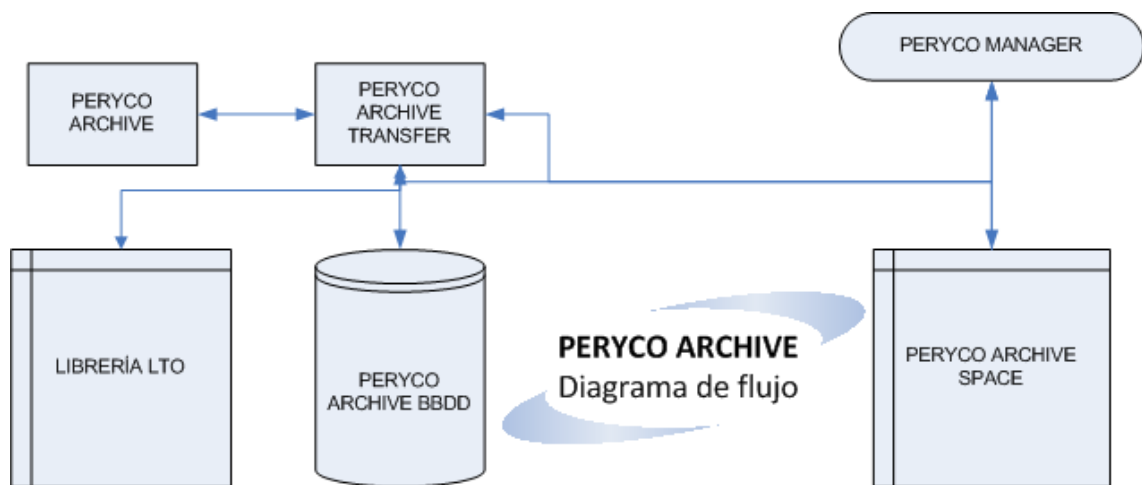
Cuando el Peryco Archive ejecute la orden, esos registros de la BBDD pasarán a la librería, donde serán insertados en una cinta LTO²³⁶. Es aconsejable este formato por sus propiedades de estanqueidad que le dan confiabilidad a la conservación de los datos. El LTO, de la versión más básica, tiene aproximadamente unos 100Gb de almacenamiento. Suponiendo que cada registro de un asset pueda tener un tamaño medio de 15kb. Y que cada día podemos tener unos 10.000 entradas, solamente un LTO podría durarnos casi 2 años.

Una vez grabados los registros en la cinta LTO, devolverá los datos de almacenamiento de la cinta para que en un futuro se pueda localizar cualquier registro. Una vez recibidos esos datos de las cintas, la base de datos eliminará el campo del texto de la información, con ello se liberará espacio. Por lo que tendremos ahora en cada registro:

²³⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tesau>

²³⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/Linear_Tape-Open

- *Asset ID*
- *Source ID*
- *Source Tags*
- *Descriptors*
- *LTO ID*



ANEXO 18 PERYCO CLIENT. Una propuesta analítica funcional y orgánica de un nuevo modelo de hardware y software de herramienta única para el productor de contenidos periodísticos digitales.

Es la aplicación cliente del Peryco Center, que funcionará sobre un dispositivo con las siguientes características del dispositivo ideal que cumpliría los criterios de accesibilidad y usabilidad.

CARACTERISTICAS BASICAS DE UN INTERFACE DE RECEPCIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN
Sistema operativo Linux
Pantalla táctil
Tecnología 3G
Grabación y reproducción de audio/video
Pantalla de 7" a 10"
Videoconferencia
Cámara
Posibilidad de buscar información histórica
Acceso a redes sociales
Wireless
Bluetooth
Con descargas de app gratuitas
Que se pueda leer bien
Con menús intuitivos y ágiles.
Con traductor de textos
Accesible para la mayoría de diversidades
Favoritos o sitio personal para guardar información
Portatil
Batería de larga duración
GPS

Ya he mencionado en otros bloques que el sistema operativo a utilizar es el Linux, y que hay un sistema que funciona con un kernel de Linux que se llama Siesta que ha desarrollado el grupo EATCO y que confiere un grado óptimo de las cualidades que demandamos en este estudio. Este sistema operativo junto a los demás puntos que se demandan por parte de los profesionales de la información y resultado de las investigaciones llegamos a un modelo de dispositivo ideal para los productores de contenidos periodísticos digitales.

En cuanto a las características del software, debe de cumplir un nivel mínimo de usabilidad y accesibilidad. Partiendo de la formalidad de las normativas que estoy usando el diseño del software del Peryco Client debe estar centrado en el usuario y sus necesidades y teniendo en cuenta los puntos débiles que he encontrado en el software actual, como por ejemplo la navegabilidad, tamaño y separación entre botones, etc.



El funcionamiento del Peryco Client comienza con el sistema de autenticación. Lo primero que chequea es que se haya iniciado antes alguna sesión, de la cual se han guardado los datos para evitar pérdida de tiempo en volver a autenticarse. Si no hay datos guardados, se tendrán que introducir los datos de registro y que el dispositivo los mande al Peryco Cloud para confirmar que son correctos y autorizar la carga de la aplicación.

Cuando se supera el sistema de autenticación aparecerá un menú en el que se dará a elegir ver la información recibida de las fuentes o ir a las herramientas de producción.

Recepción de fuentes de información

Lo primero que hace es realizar una petición a Peryco Cloud de actualización de la información que tenga albergada en el cliente. Una vez recibida esta actualización, nos ofrecerá dos tipos de visualización de los mismos, una es viéndolos todos y otra opción es aplicándoles filtros sobre el área de influencia de la información (local, autonómico, nacional, internacional, sociedad, política, cultura...). La información urgente, tendrá una alarma visual compatible con personas con limitaciones visuales, sobre todo

cromáticas. La actualización será automática cada cierto intervalo de tiempo, que lo gestionará el Peryco Center, según el número de clientes que este conectados. A mayor número de clientes, mayor será el intervalo de actualización. Con ello, evitaremos los llamados “cuellos de botella” debido a demasiada demanda de actualización.

El Peryco client tendría un auto purgado, cuya programación se haría según un porcentaje de ocupación máximo, y su purgado se haría desde la información más antigua hacia la actual, FIFO²³⁷.

Sea cual sea en el menú, tanto en herramientas de recepción como en producción, nos encontremos, al menos tres botones en consistencia:

- Salir de la aplicación.
- Volver al menú principal
- Atrás
- Actualizar (en el caso de la herramienta de recepción). Será una petición manual al Peryco Center para su actualización.

Al margen de recepción de la información de las fuentes y la opción de poder clasificarlas para su visionado, tenemos una herramienta de documentación. Esta herramienta dará la capacidad de poder pedir al Peryco Center, que le descargue de archivo una serie de assets que cumplen unos criterios de búsqueda implementados internamente con operadores booleanos²³⁸ (and, or, not,...). Cuando es recibida la información es almacenada en otra ruta, ya que la información actual irá en una ruta llamada *news* y la información recibida de archivo irá a la ruta *archive* donde también se aplicará un purgado al llegar a un porcentaje de almacenaje.

Aunque no lo he reflejado en el flujo principal del funcionamiento, sería interesante que cada usuario tenga la posibilidad de marcar los assets que le interese, guardarlos y que también estén disponibles para las herramientas de producción, para poder guardar información relativa a un tema del cual tenga que elaborar una información.

²³⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/First_in,_first_out El primero que entró será el primero en purgarse.

²³⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81lgebra_de_Boole

Herramientas de producción

Como ya comenté, en este estudio he creído insistir en las herramientas de recepción de información más que en las de producción, aun así quiero dejar expuestas algunas líneas de diseño centrado en el PCPD según las deficiencias que he visto en las herramientas de producción actuales.

Seguiremos teniendo la misma consistencia y tamaño de botones que en las anteriores herramientas (Atrás, Menú principal, etc.), ya que le confieren al usuario un buen grado de usabilidad.

Puesto que la elaboración principal de la información se realiza sobre texto, tendremos las herramientas comunes para la edición de texto, lo que diferenciaremos de las herramientas actuales es la posibilidad de ensamblar módulos de herramientas multiplataforma. Se tendrá la posibilidad de:

- Exportar ese texto hacia un editor de video para poder realizar la locución y edición no lineal o bien importar un video.
- Exportar el texto hacia un maquetador para la edición de la prensa digital o impresa.
- Exportar el texto elaborado hacia un editor fotográfico o importar gráficos o fotografías.



Una novedad en el diseño es la posibilidad de enviar la producción informativa para su visto bueno y distribución desde cualquier herramienta de producción, no tiene porque ser únicamente, desde el editor de texto. También hay que tener en cuenta es la compatibilidad de formatos tanto del material exportado como el que se importa. Y con esta descripción de herramientas de recepción de las fuentes de información y de las herramientas de producción tendremos el siguiente diagrama de flujo del Peryco Client:

